

ACCOUNTING AND MANAGEMENT JOURNAL

PENGARUH GREEN INNOVATION TERHADAP FIRM VALUE DENGAN ENVIRONMENTAL MANAGEMENT ACCOUNTING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DAN PERUSAHAAN SEKTOR UTAMA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2014-2019)

Rizki Maulana & Roza Mulyadi

PENGUJIAN EFEK KUALITAS LAYANAN PADA LOYALITAS PELANGGAN KARTU TELKOMSEL SELAMA PANDEMI COVID-19

Alfredo Ezra Amadeus & Ariesya Aprillia

ANALISIS FRAUD DIAMOND TERHADAP FRAUDULENT FINANCIAL STATEMENT PADA BEBERAPA JURNAL TAHUN TERBIT 2018-2022, STUDI META ANALISIS

Charen Carolin, Meidy Aurora Carsaria, Vicky Effendy, Carmel Meiden

SOCIAL MEDIA MARKETING: SOCIAL MEDIA CONTENT, BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS AND PURCHASE INTENTION

Azmil Chusnaini, Reizano Amri Rasyid

THREECLE MODEL: PENERAPAN KEPEMIMPINAN DI PRIMEBIZ HOTEL SURABAYA

Mohamad Yusak Anshori

ANALISIS PENGARUH RASIO LIKUIDITAS DAN RASIO SOLVABILITAS TERHADAP KINERJA KEUANGAN PT. UNILEVER TBK PERIODE 2012 – 2021

Adhi Farhan, Asri Nurlaeni, Febriafni Nur Fatma, M. Iqbal Imanullah, Nur Rochmah Harmeiny

PENGARUH MANAJEMEN LABA TERHADAP KINERJA KEUANGAN DENGAN PENGUNGKAPAN CSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN PEMENANG ANNUAL REPORT AWARD TAHUN 2018 – 2020

Rosmawati

PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KEBIJAKAN DIVIDEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN TAHUN 2016-2020

Indri A. Lestari, E. Hartaty Hardady, Rheza Pratama

INVESTIGATING BANKING PROFITABILITY: EVIDENCE FROM COMMERCIAL BANKS IN EMERGING COUNTRY

Firly Irhamni, Isnaitul Fatimah

ACCOUNTING AND MANAGEMENT JOURNAL

Volume 6, No. 2, December 2022, Pages 1-114

Editor Staff

Accounting and Management Journal

Editor in Chief

Hidayatul Khusnah

Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya

Managing Editor

Ninnasi Muttaqin

Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya

Editorial Board

Teman Koesmono <i>Universitas Widya Mandala</i>	Mudjilah Rahayu <i>Universitas Widya Mandala</i>
Putu Anom Mahadwartha <i>Universitas Surabaya</i>	Wirawan Endro Dwi Radianto <i>Universitas Ciputra</i>
Siti Mujanah <i>Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya</i>	Anang Kristianto <i>Universitas Negeri Surabaya</i>
Dian Anita <i>Universitas Negeri Surabaya</i>	Iramani <i>STIE Perbanas</i>

Editor Assistant

Endah Tri Wahyuningtyas <i>Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya</i>	Meita Larasati <i>Universitas Muhammadiyah Prof.Dr.HAMKA Jakarta</i>
Praja Hadi Saputra <i>Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur</i>	Wahidatul Husnaini <i>Universitas Mataram</i>
Arya Samudra Mahardhika <i>STIE Putra Bangsa Kebumen</i>	Elva Nuraina <i>Universitas PGRI Madiun</i>
Riyan Sisiawan Putra,S.E., M.SM <i>Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya</i>	Nikma Yucha <i>Universitas Maarif Hasyim Latif</i>

Sekretariat

Lisa Tofiqul Hidayah

Editor Office

Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya Economic and Business Faculty
Jln. Jemursari 51-57 Surabaya
Telp. (031) 031-8470034, Fax. 031-8470034
e-mail: hidayatul.khusnah@unusa.ac.id

ACCOUNTING AND MANAGEMENT JOURNAL

Volume 6, No. 2, December 2022, Pages 1-114

DAFTAR ISI:

- 1-12 Pengaruh *Green Innovation* Terhadap *Firm Value* Dengan *Environmental Management Accounting* Sebagai Variabel *Intervening*
Rizki Maulana, Roza Mulyadi
- 13-24 Pengujian Efek Kualitas Layanan Pada Loyalitas Pelanggan Kartu Telkomsel Selama Pandemi Covid-19
Alfredo Ezra Amadeus, Ariesya Aprillia
- 25-45 Analisis *Fraud Diamond* Terhadap *Fraudulent Financial Statement* Pada Beberapa Jurnal Tahun Terbit 2018-2022, Studi Meta Analisis
Charen Carolin, Meidy Aurora Carsaria, Vicky Effendy, Carmel Meiden
- 46-53 Social Media Marketing: Social Media Content, Brand Image, Brand Awareness And Purchase Intention
Aznil Chusnaini, Reizano Amri Rasyid
- 54-62 Threecle Model: Penerapan Kepemimpinan Di Primebiz Hotel Surabaya
Mohammad Yusak Anshori
- 63-71 Analisis Pengaruh Rasio Likuiditas Dan Rasio Solvabilitas Terhadap Kinerja Keuangan Pt. Unilever Tbk Periode 2012 - 2021
Adhi Farhan, Asri Nurlaeni, Febriafni Nur Fatma, M. Iqbal Imanullah, Nur Rochmah Harmeiny
- 72-83 Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Pengungkapan Csr (Corporate Social Responsibility) Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Pemenang Annual Report Award Tahun 2018 - 2020
Rosmawati
- 84-103 Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia
Indri A. Lestari, E. Hartaty Hardady, Rheza Pratama
- 104-114 Investigating Banking Profitability: Evidence from Commercial Banks in Emerging Country
Firly Irhamni, Isnaitul Fatihah

PENGARUH GREEN INNOVATION TERHADAP FIRMVALUE DENGAN ENVIRONMENTAL MANAGEMENT ACCOUNTING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi empiris pada perusahaan manufaktur dan perusahaan sektor utama yang terdaftar di Bursa efek Indonesia pada tahun 2014-2019)

Rizki Maulana¹, Roza Mulyadi²

^{1,2}Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Email: rizkimaulana090397@gmail.com, roza.mulyadi@untirta.ac.id

Abstract: This research was conducted to determine the effect of green innovation on firm value with environmental management accounting as an intervening variable. The population used in this study are manufacturing companies and the main sectors listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2014-2019. By using purposive sampling method, obtained 30 companies that meet the criteria as the research sample. This study uses secondary data obtained from the Indonesia Stock Exchange website. Using IBM SPSS 23 data processing application, Moderated regression linier doubled used in this study as analytical method. The results of this study indicate that: (1) green innovation has a positive effect on environmental management accounting. (2) green innovation has no positive effect on firm value. (3) environmental management accounting has a positive effect on firm value. (4) environmental management accounting can mediate the effect of green innovation on firm value.

Keywords: Environmental Management Accounting, Firm Value, Green Innovation.

Abstrak: Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh inovasi hijau (GI) terhadap nilai perusahaan (FV) dengan akuntansi manajemen lingkungan (EMA) sebagai variabel intervening. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dan sektor utama yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2019. Dengan menggunakan metode purposive sampling, didapatkan 30 perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari website Bursa Efek Indonesia. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi pengolahan data IBM SPSS 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) green innovation berpengaruh positif terhadap environmental management accounting. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya tingkat signifikansi 0,000 yang berada dibawah tingkat signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$). (2) green innovation tidak berpengaruh positif terhadap firm value. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya tingkat signifikansi 0,711 yang berada diatas tingkat signifikansi 0,05 ($0,711 > 0,05$). (3) environmental management accounting berpengaruh positif terhadap firm value. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya tingkat signifikansi (p -value) 0,000 yang berada dibawah tingkat signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$). (4) environmental management accounting dapat memediasi pengaruh green innovation pada firm value. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya tingkat signifikansi (p -value) 0,000 yang berada dibawah tingkat signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Kata Kunci: Akuntansi Manajemen Lingkungan, Inovasi hijau, Nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Di era lingkungan saat ini, menjaga lingkungan telah menjadi pusat perhatian dan menjadi perhatian utama untuk bisnis (Chuang dan Huang, 2018). Pertumbuhan industri maju sebanding dengan munculnya polusi yang dihasilkan dari proses produksi industri seperti limbah produksi yang dapat meningkatkan polusi udara dan air di tingkat berbahaya.

Semakin pentingnya isu-isu keberlanjutan bagi perusahaan untuk integrasi aspek lingkungan ke dalam pengambilan keputusan perusahaan. Sebagai “langkah-langkah dan melaporkan informasi keuangan dan nonfinan-resmi yang membantu manajer membuat keputusan untuk memenuhi tujuan organisasi” akuntansi manajemen (Horngren et al., 2000, p. 888).

Menurut data yang dimiliki oleh Direktur *The Earth Institute of Columbia University* (SAHCS, 2013), perubahan iklim global dipengaruhi oleh ketidaksadaran lingkungan kegiatan industri. Contoh perusahaan yang merusak lingkungan dalam kegiatan industri salah satunya ada di daerah Bayah, Kabupaten Lebak Banten, PT. Cemindo Gemilang perusahaan yang telah berdiri sejak tahun 2011 merupakan produsen semen dengan merek dagang semen merah putih, memiliki enam pabrik di Indonesia yang tersebar di wilayah Banten, Jawa Timur,

Kalimantan Barat, Sumatera Utara dan Bengkulu. PT. Cemindo Gemilang, merupakan perusahaan patungan antara gama grup dengan perusahaan singapura *WH investment* yang berada di dua desa, yakni desa Darmasari dan desa Pamubulan, Kecamatan Bayah termasuk dalam wilayah adat kasepuhan Bayah. Pabrik ini dibangun di atas di ketinggian 100 meter pantai Bayah, diatas lahan seluas 50 hektar, dilengkapi dengan pengaman gelombang tsunami berupa 5 tingkat terasering.

Produsen semen terbesar di Asia Tenggara ini, telah menyerap 4.000 tenaga kerja dan ditargetkan akan memproduksi 3,2 ton semen per tahun, dengan total investasi sebesar Rp 7,8 trilyun. Faktanya, keberadaan pabrik semen justru mengakibatkan kematian bagi kehidupan masyarakat adat di Kasepuhan Bayah. Berdasarkan data yang berhasil dihimpun dari berbagai media online, periode tahun 2013-2019 terdapat 50 pemberitaan tentang aksi protes warga, temuan kerusakan lingkungan, sumber mata air dan hilangnya akses masyarakat adat terhadap hutan

serta adanya polusi udara yang dihasilkan dari aktifitas angkutan kendaraan berat ataupun aktifitas bongkar muat di dermaga khusus di lokasi yang dulu digunakan nelayan untuk mengambil ikan. Kerusakan lingkungan terparah terjadi di wilayah di Kampung Cipicung yang tergujur kiriman lumpur dari atas perbukitan, diatasnya dimana pabrik ini berdiri.

Berdasarkan pasal 1 ayat 3 UUPT, soal tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas adat maupun masyarakat pada umumnya. Regulasi ini tentu saja memerintahkan perusahaan untuk bertanggung jawab secara sosial, juga mengharuskan perusahaan untuk menjaga kualitas kehidupan dan lingkungan sekitarnya. Namun ternyata, regulasi ini tidak dijalankan oleh perusahaan sebagai syarat beroperasinya perusahaan.

Tekanan dari pemerintah, masyarakat, dan investor, serta persaingan bisnis yang tinggi telah mendorong perusahaan untuk melakukan sumber daya baru untuk proses produksi. Perusahaan yang mampu menciptakan cara-cara baru dalam proses produksi, distribusi, atau dapat menciptakan produk baru yang akan menjadi pemenang dalam persaingan bisnis (Dereli, 2015).

Inovasi hijau (*green innovation*) adalah salah satu strategi lingkungan yang bisa dilakukan untuk mengembangkan bisnis tanpa melanggar peraturan pemerintah (Özşahin et al., 2013). *Green innovation* adalah sebuah teknologi baru (*hardware* atau *software*) yang berhubungan dengan produk atau proses produksi yang akan mendorong efisiensi energi, pengurangan polusi, daur ulang limbah, desain produk hijau dan pengelolaan lingkungan perusahaan (Chen, 1994 hearts Ar, 2012).

Keunggulan kompetitif ini akan meningkatkan nilai perusahaan di masa depan (Bech, 2013). Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang telah membuktikan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (*Firm Value*), keberadaan inovasi baru terkait erat dengan peningkatan keuntungan tanpa meningkatkan risiko perusahaan.

Akuntansi manajemen lingkungan (*environmental management accounting*) adalah alat untuk mencapai posisi strategis dengan

meningkatkan daya saing perusahaan. *Environmental management accounting* dapat memberikan gambaran bagi perusahaan untuk meminimalkan biaya dan meningkatkan kinerja (Cahyandito, 2006).

Oleh karena itu, ada bukti bahwa pelaksanaan kegiatan pengelolaan lingkungan dikaitkan dengan keunggulan kompetitif (Hofer et al., 2012). Namun, sebagai daerah berkembang, penelitian *environmental management accounting* telah menerima perhatian yang relatif sedikit dari para peneliti akuntansi (Ferreira et al., 2010). Oleh karena itu, penelitian ini bisa mengisi kesenjangan penelitian dalam literatur akuntansi dengan menyelidiki peran *environmental management accounting* dalam memediasi dampak *green innovation* pada *firm value*. Sangat menarik untuk membuktikan apakah *firm value* akan meningkat ketika perusahaan menerapkan *environmental management accounting* dalam praktik *green innovation* mereka.

Penelitian ini mengacu dari penelitian sebelumnya yang dilakukan Dian Agustia, Tjiptohadi Sawarjuwono, Wiwiek Dianawati (2019). Persamaan dengan penelitian sebelumnya yaitu menggunakan variabel *green innovation*, *firm value*, dan *environmental management accounting*. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan, yaitu landasan teori yang digunakan menambahkan teori agensi, alat pengujian hipotesis diperjelas menggunakan *statistical package for the social sciences versi 22.0 for windows*, populasi dan sampel dengan adanya perbedaan tahun, kriteria sampel perusahaan yang ditambahkan klasifikasinya, metode pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi, teknik analisis ditambahkan uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Sampel yang di gunakan pada penelitian ini adalah perusahaan dari BEI yang memenuhi kriteria yang telah diklasifikasikan, dan data yang digunakan adalah 6 tahun yaitu dari tahun 2014-2019.

LANDASAN TEORITIS

Green innovation atau inovasi lingkungan adalah teknik, praktek, sistem, dan proses produksi baru atau dimodifikasi untuk mengurangi dampak kerusakan lingkungan (Rennings, 2003). *Green innovation* juga didefinisikan sebagai teknologi baru (*hardware* atau *software*) yang berhubungan dengan produk atau proses produksi yang akan

menyebabkan efisiensi energi, pengurangan polusi, daur ulang limbah, desain produk hijau dan pengelolaan lingkungan perusahaan (Chen, 1994).

Environmental management accounting adalah bagian dari akuntansi lingkungan. *Environmental management accounting* bukan hanya tentang pengaturan akuntansi untuk biaya lingkungan saja, tetapi akuntansi untuk semua biaya dan manfaat yang timbul dari perubahan proses operasional yang pada akhirnya akan mengubah dampak terhadap lingkungan (Boyd, 1998).

Perusahaan ini adalah badan hukum yang terdiri dari satu atau lebih individu dan terpisah dari pemiliknya (Ross et al., 2008. p. 6). Tujuan utama dari perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan bagi pemegang saham atau pemilik (Ross et al., 2008. p. 9). Nilai perusahaan adalah persepsi investor dari tingkat keberhasilan perusahaan (Hermuningsih, 2013). Bagi perusahaan yang telah *go public*, nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga saham perusahaan, sedangkan untuk perusahaan yang belum *go public*, nilainya tercermin melalui nilai realisasi aset perusahaan pada saat perusahaan akan dijual (Margaretha, 2005.p. 1). Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya dalam kinerja perusahaan saat ini tetapi juga pada prospek masa depan perusahaan.

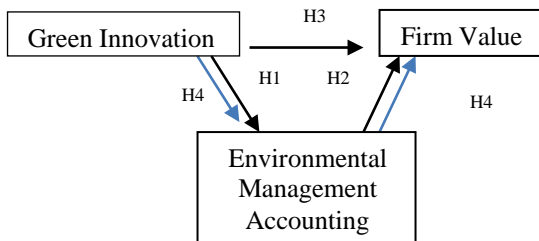
Penelitian ini dilandasi oleh teori keagenan. Dua pelaku ekonomi yang saling bertentangan yaitu prinsipal dan agen. Hubungan keagenan merupakan suatu kontrak dimana satu atau lebih orang (prinsipal) memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberi wewenang kepada agen membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal (Ichsan, 2013). Teori agensi menunjukkan bahwa pemisahan manajemen (agen) dari kepemilikan (pemangku kepentingan) mengarah ke masalah moral hazard karena agen (manajemen) dapat mengejar kepentingannya sendiri dengan mengorbankan prinsipal (pemangku kepentingan) (Jensen dan Meckling, 1976).

Tujuan utama teori agensi (*agency theory*) adalah untuk menjelaskan bagaimana pihak-pihak yang melakukan hubungan kontrak dapat mendesain kontrak yang tujuannya untuk meminimalisir *cost* sebagai dampak adanya informasi yang tidak simetris dan kondisi ketidakpastian (Jensen dan Meckling, 1976).

Sebuah masalah keagenan terjadi ketika kepentingan pemegang saham, dewan direksi dan

atau manajemen perusahaan tidak sama. Pada perusahaan publik, ada berbagai individu yang berkepentingan dengan kinerja perusahaan. Para manajer dan eksekutif yang menjalankan perusahaan sehari-hari, para pemegang saham yang memiliki saham, dan dewan direksi yang mengawasi pengembangan usaha perusahaan. Semua pihak tersebut mungkin memiliki tujuan yang berbeda tentang bagaimana bisnis dapat dijalankan, karena masing-masing entitas memiliki kepentingan dalam perusahaan, masalah keagenan terjadi ketika ada konflik antara mereka.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dian Agustia, Tjiptohadi Sawarjuwono, Wiwiek Dianawati (2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Innovation* memiliki efek positif pada *Environmental Management Accounting*, sementara *Environmental Management Accounting* telah terbukti positif mempengaruhi *Firm Value*, dan *Green Innovation* memiliki pengaruh pada positif *Firm Value*.



Sumber : Data yang diolah, 2020

Green innovation melalui produk hijau dan proses *green innovation* bertujuan untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi biaya, dan membuka peluang pasar baru. Di samping itu, juga untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan mengubah sampah menjadi produk layak jual untuk memberikan manfaat bagi perusahaan.

Namun, penciptaan inovasi produk ramah lingkungan bukanlah tugas yang mudah, akan banyak biaya untuk mewujudkannya (Cahyandito, 2006). Perusahaan membutuhkan informasi yang akurat, rinci, dan relevan mengenai biaya terlihat dan biaya tak terlihat, di samping keterbatasan diperlukan pada penggunaan sumber daya yang ada sehingga kelestarian lingkungan akan dipertahankan.

Itu sebabnya perusahaan perlu mengadopsi akuntansi lingkungan. *Environmental management accounting* dapat menjadi solusi untuk ini

dengan menghadirkan biaya lingkungan dapat dilacak sehingga dapat digunakan dalam membuat keputusan yang tepat. Oleh karena itu, penelitian ini mengusulkan bahwa :

H1 : *Green innovation* memiliki pengaruh terhadap *environmental management accounting*

Environmental management accounting adalah alat untuk mencapai posisi strategis dengan meningkatkan daya saing perusahaan. *Environmental management accounting* dapat

memberikan gambaran bagi perusahaan untuk meminimalkan biaya dan meningkatkan kinerja (Cahyandito, 2006). Perusahaan yang menerapkan *environmental management accounting* cenderung memiliki masa depan yang lebih baik daripada mereka yang tidak (Ikhsan, 2009).

Larajan et al. (2014) membuktikan bahwa pelaksanaan akuntansi lingkungan berpengaruh positif terhadap *firm value*. Selain itu, sejumlah berkembang penelitian manajemen operasional telah menunjukkan bahwa melaksanakan kegiatan pengelolaan lingkungan dapat mengakibatkan peningkatan kinerja perusahaan (Klassen dan McLaughlin, 1996; Melnyk et al, 2003;... Montabon et al, 2007 Hofer et al, 2012). Oleh karena itu, penelitian ini mengusulkan bahwa :

H2 : *Environmental management accounting* memiliki pengaruh terhadap *firm value*.

Tujuan utama dari perusahaan adalah tidak hanya untuk menciptakan nilai pemegang saham, tetapi untuk menciptakan nilai bagi seluruh *stakeholder*. Tinggi *firm value* akan menarik investor untuk berinvestasi di perusahaan. Namun dalam proses mewujudkan tujuannya, perusahaan sering mengalami konflik dalam menyelaraskan tujuan ekonomi dan tujuan lingkungan.

Inovasi menciptakan nilai bagi perusahaan baru dan mapan (Rosenbusch et al., 2013). *Green innovation* dapat meningkatkan kinerja

keuangan (Fabiola dan Khusnah, 2022), selain itu *Green innovation* juga meningkatkan kinerja perusahaan melalui peningkatan pangsa pasar atau melalui penekanan biaya operasional (Özşahin et al., 2013). GI meningkatkan kinerja perusahaan melalui efisiensi penggunaan bahan baku dan energi, penciptaan pangsa pasar baru dan keunggulan kompetitif produk (Ar, 2012). Oleh karena itu, penelitian ini mengusulkan bahwa :

H3 : *Green innovation* berpengaruh positif terhadap *firm value*.

Tujuan dari perusahaan saat ini adalah bukan untuk mencari keuntungan sebanyak mungkin, tetapi untuk menjamin keberlanjutan perusahaan di masa depan. *Green innovation* adalah salah satu strategi untuk mencapai tujuan perusahaan. Tapi untuk menerapkannya diperlukan tahap penelitian dan pengembangan.

Environmental management accounting di sebuah perusahaan adalah tanda bahwa perusahaan telah menyadari pentingnya aspek lingkungan bagi perusahaan. Penerapan *environmental management accounting* tidak hanya pengaruh dan mendorong *green innovation* tetapi juga menciptakan *competitive advantage* untuk perusahaan (Ar, 2012).

Dengan koordinasi yang baik, perusahaan akan bisa mendapatkan manfaat ekonomi dari *green innovation* yang telah dilakukan (Salvado et al., 2015). Oleh karena itu, penelitian ini mengusulkan bahwa :

H4 : *Environmental management accounting* telah menengahi efek pada *green innovation* - hubungan *firm value*.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. (Suriasumantri, 2005) Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan kajian pemikiran yang sifatnya ilmiah. Kajian ini menggunakan proses *logico-hypothetico- verifikatif* pada langkah-langkah penelitian yang dilakukan.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non- probability* sampling

dengan pendekatan *sampling purposive*. *Non-probability* sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013, hlm. 84). Sedangkan *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013, hlm. 85).

Populasi dalam penelitian ini adalah 254 perusahaan manufaktur dan sektor utama yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2019. Sedangkan sampel penelitian ini terdapat

30 perusahaan yang telah memenuhi kriteria pengambilan sampel dengan 6 tahun pengamatan.

Sampel penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa efek indonesia pada tahun 2014-2019, yang memenuhi kriteria :

- Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa efek indonesia.
- Perusahaan sektor utama yang terdaftar di Bursa efek indonesia.
- Perusahaan manufaktur dan sektor utama yang di ikuti program PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan) kategori emas, hijau dan biru dalam pengelolaan lingkungan.
- Perusahaan sektor pertanian dan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
- Perusahaan sektor industri dasar dan kimia, aneka industri, industri arang konsumsi yang terdaftar di Bursa efek indonesia.

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode dokumentasi, yaitu mengumpulkan dan mempelajari dokumen-dokumen dan data- data yang diperlukan dalam penelitian ini. Dokumen yang dimaksud adalah laporan tahunan perusahaan yang disediakan oleh Bursa Efek

Indonesia dan data yang tersedia di Indonesian capital market directory (ICMD).

Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda dan teknik analisis lain yang digunakan yaitu uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi serta uji hipotesis dan analisis jalur.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

Tabel 1
Hasil Uji Normalitas

Uji Statistik	N	Signifikansi	Kesimpulan
Kolmogoro v-Smirnov	95	0,085	Data terdistribusi normal

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2020
Hasil penelitian ini memiliki nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.085 yang berarti bahwa nilai residual model regresi penelitian ini terdistribusi normal karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) diatas 0,05.

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 2
Hasil Uji Mltikolinearitas

Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Kesimpulan
GI	0,872	1,147	Tidak terdapat Multikolinearitas
EMA	0,872	1,147	

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2020

Hasil perhitungan tolerance menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,1 (10%) atau hasil menunjukkan nilai tolerance lebih dari 0,1. Hasil perhitungan VIF juga menunjukkan bahwa tidak ada satu variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10 atau hasil menunjukkan nilai VIF kurang dari 10 Oleh karena itu, tidak terdapat masalah multikolinearitas sehingga layak model regresiberganda

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Signifikansi	Kesimpulan
GI	0,110	Tidak terdapat Heteroskedastisitas
EMA	0,240	

Sumber: Data yang diolah, 2020

Hasil uji heteroskedastisitas pada model dengan uji glejser menunjukkan bahwa nilai signifikannya berada di atas tingkat kepercayaan 0,05 maka tidak terdapat hubungan antara variabel bebas dengan nilai absolut residual sehingga menunjukkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi

DU	DW	4-DU	Kesimpulan
1,7091	1,868	2,2909	Tidak Terdapat Autokorelasi

Sumber: Data yang diolah, 2020
Jika nilai Durbin Watson (DW) terletak diantara penilaian "dU s/d 4 - dU" maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi. Berdasarkan Tabel 4.9, diketahui bahwa nilai Durbin Watson sebesar 1,868, nilai kriteria dL adalah 1,6233, dU adalah 1,7091, nilai 4 - dU (4 - 1,7091) sebesar 2,2909 dan nilai 4 - dL (4 - 1,6233) sebesar 2,3767, atau 1,7091 (dU) < 1,868(DW) < 2,2909(4-dU), sehingga disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi pada penelitian ini.

Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Tabel 5
Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Model 2	B	Std Error	Sig
(Constant)	17015,160	5347,374	0,002
EMA	0,182	0,032	0,000
GI	-694,988	1870,235	0,711

Sumber: Data yang diolah, 2020
Koefisien regresi dari variabel

S
u
m
b

environmental management accounting (EMA) sebesar 0,182 bernilai positif. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel environmental management accounting memiliki hubungan searah atau positif dengan variabel firm value. Koefisien regresi sebesar 0,182 memiliki arti bahwa setiap kenaikan environmental management accounting sebesar satu satuan (dengan asumsi variabel lainnya konstan) maka akan menambah firm value sebesar 0,182 satuan.

Koefisien regresi dari variabel green innovation (GI) sebesar -694,988 bernilai negatif. Nilai tersebut mengandung arti bahwa green innovation memiliki hubungan negatif dengan firm value. Koefisien regresi sebesar - 694,988 memiliki arti bahwa setiap terjadi kenaikan green innovation sebesar satu satuan maka akan mengurangi firm value sebesar -694,988 satuan.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan Uji T dilakukan dengan cara melihat nilai Sig dalam tabel uji regresi. Jika tingkat signifikansi <0,05, maka H_0 diterima. Sedangkan jika tingkat signifikansi >0,05 maka H_0 ditolak. Berikut ini rangkumannya:

Tabel 6
Rangkuman hasil uji hipotesis

No	Pengaruh	Hipotesis	B	Sig	Keterangan
1	Pengaruh <i>Green Innovation</i> terhadap <i>Environmental Management Accounting</i>	H1	0,358	0,000	Diterima
2	Pengaruh <i>Environmental Management Accounting</i> terhadap <i>Firm Value</i>	H2	0,539	0,000	Diterima
3	Pengaruh <i>Green Innovation</i> terhadap <i>Firm Value</i>	H3	-0,035	0,711	Ditolak
4	Memediasi pengaruh <i>Environmental Management Accounting</i> pada <i>Green Innovation</i> terhadap <i>Firm Value</i>	H4	0,282	0,000	Diterima

Sumber: Data yang diolah, 2020.

a. Pengaruh *Green Inovation* terhadap *Environmental Management Accounting*

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai B positif 0,358. Hal tersebut menunjukkan bahwa hasil uji hipotesis pada variabel *green innovation* berpengaruh positif terhadap *environmental management accounting*.

Penelitian ini sejalan dengan Muchlish & Bastian (2012) Penggunaan akuntansi manajemen lingkungan membantu organisasi untuk mengenali pengaruh lingkungan dari aktivitas operasional mereka (Ferreira et al., 2010). Secara keseluruhan hasil penelitian ini mendukung dimensi akuntansi manajemen lingkungan yang dapat meningkatkan inovasi produk dan inovasi proses. Penelitian ini memberikan sudut pandang tentang bagaimana strategi memungkinkan perusahaan untuk mencapai akuntansi manajemen lingkungan yang lebih efektif dalam mendesain tujuan perusahaan berkaitan dengan inovasi baik inovasi produk dan inovasi proses.

b. Pengaruh *Environmental Management Accounting* terhadap *Firm Value*

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai B positif 0,539. Hal ini menunjukkan bahwa hasil uji hipotesis pada *Environmental Management Accounting* berpengaruh positif terhadap *Firm Value*.

Penelitian ini sejalan dengan Agustia, Sawarjuwono, dan Dianawati (2019) *Environmental management accounting* memiliki pengaruh yang signifikan pada *firm value*. Hal ini sesuai dengan teori *eco-efisiensi* yang berpendapat bahwa perusahaan dapat mencapai tingkat tinggikinerja perusahaan melalui efisiensi penggunaan sumber daya lingkungan dengan mengurangi limbah beracun yang dihasilkan dari proses produksi yang ada (Porter, 1991; Porter dan van der Linde, 1995a, 1995b di Burnett et al., 2011).

C. Pengaruh *Green Innovation* terhadap *Firm Value*

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai sig sebesar 0,711 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hasil uji hipotesis pada *Green Innovation* tidak berpengaruh positif terhadap *Firm Value*. Hasil tersebut menjelaskan penciptaan inovasi produk ramah lingkungan bukanlah tugas yang mudah, akan banyak biaya untuk

Mewujudkannya (Cahyandito, 2006). Perusahaan membutuhkan informasi yang akurat, rinci dan relevan mengenai biaya terlihat dan biaya tak terlihat di samping keterbatasan diperlukan pada penggunaan sumber daya yang ada sehinggakelestarian

Lingkungan akan dipertahankan perusahaan akan mengeluarkan banyak biaya lingkungan bila pencatatan akuntansi lingkungan perusahaan tidak berjalan dengan baik.

Hasil tersebut tidak sesuai dengan hipotesis (H3) yang dikemukakan Agustia, Sawarjuwono, dan Dianawati (2019) perusahaan dapat terus bertahan (*sustainable*) jika perusahaan mampu menyesuaikan proses bisnis dengan aturan atau norma-norma yang berlaku di masyarakat (O'Donovan, 2002). Ini juga sesuai dengan teori keunggulan kompetitif yang diusulkan oleh Porter (1985 p. 1). Keunggulan kompetitif bertujuan untuk membentuk posisi yang berkelanjutan dan keunggulan untuk bertahan dalam persaingan industri. Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan kompetitif. Salah satu strategi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan menerapkan GI.

d. Memediasi Pengaruh hubungan *Environmental Management Accounting* pada *Green Innovation* terhadap *Firm Value*

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *environmental management accounting* dapat memediasi pengaruh hubungan *green innovation* terhadap *firm value*.

Penelitian ini sejalan dengan Agustia, Sawarjuwono, dan Dianawati (2019) *Green innovation* walaupun merupakan salah satu

strategi untuk mencapai tujuan perusahaan. Namun, untuk mengeksekusinya membutuhkan tahapan kerja yang inovatif. Pada tahap ini memberikan kontribusi modal, asset, dan waktu secara paling ekstrim untuk mendapatkan hasil yang terbaik. Dibutuhkan administrasi yang hebat untuk merancang, mengatur, dan mengawasi sehingga siklus R dan D dapat menciptakan kemajuan kualitas. Administrasi ini menggabungkan dewan pengeluaran R dan D, eksekutif asset dan penggunaan energy dan eksekutif siklus yang tidak merusak iklim. Pembukuan administrasi alamiah dalam suatu organisasi merupakan indikasi bahwa organisasi tersebut telah memahami pentingnya sudut pandang ekologi organisasi. penggunaan pembukuan eksekutif berdampak dan memberdayakan kemajuan hijau serta membuat organisasi berada di atas angin (Ar, 2012). Pembukuan administrasi alami dapat memfasilitasi masalah yang ditimbulkan oleh langkah pembangunan hijau, seperti masalah penyalahgunaan ekologis, batasan energy, dan masalah biaya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dapat disimpulkan, bahwa:

(1) Variabel *green innovation* berpengaruh positif terhadap *environmental management accounting*. (2)

Environmental Management Accounting berpengaruh positif terhadap *Firm Value*.

(3) *Green Innovation* tidak berpengaruh positif terhadap *Firm Value*. (4) variabel *environmental management accounting* dapat memediasi pengaruh hubungan *green innovation* terhadap *firm value*.

Saran yang dapat diberikan peneliti untuk penyempurnaan penelitian selanjutnya adalah peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode lain dalam pengukuran *environmental management accounting*, seperti penggunaan rumus eko efisiensi. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian sejenis pada masa mendatang. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel independent seperti kinerja karyawan. Untuk penelitian selanjutnya

diharapkan dapat memperluas objek penelitian, tidak terbatas pada perusahaan manufaktur dan sektor utama sajasehingga data perusahaan yang digunakan lebih banyak. Memperpanjang atau memperbaharui periode penelitian diatas 3 tahun. Periode penelitian yang lebih panjang dapat menggeneralisasikan hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adminami. 2019. SPSS Adalah– Pengertian, Sejarah, Fungsi, Kapanjangan. (<https://rumusrumus.com/spss-adalah/>), diakses pada 8 Desember 2019).
- Ar, IM. 2012. Dampak Inovasi Produk Hijau Pada Perusahaan Kinerja Dan Kemampuan Kompetitif: Peran Moderasi Dari Kepedulian Lingkungan Manajerial. *Procedia-Sosial dan Ilmu Perilaku*, 62, 854-864.
- Azizah, NM, Dzulkirom, AR, dan Maria, GWE. 2013. *Analisis Penerapan Pengelolaan Lingkungan Sebagai Akuntansi Bentuk Eco-Efisiensi Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Perusahaan*. Skripsi. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Bech. 2013. Bottom Line Quadruple untuk Kesejahteraan Berkelanjutan. (<http://www.cambridgeleadershipdevelopment.com/quadruple-bottom-line-untuk-berkelanjutan-kemakmuran>), diakses pada 2016 Februari 17).
- Boyd, J. 1998. *Manfaat Akuntansi Lingkungan Peningkatan: Sebuah Kerangka Ekonomi Mengidentifikasi Prioritas*. Diskusi Paper 98-49.
- Burnett, RD, Skousen, CJ, Wright, CJ. 2011. Eco-Efektif Manajemen: Sebuah Hubungan Empiris Antara Nilai Perusahaan Dan Keberlanjutan Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Kepentingan Umum*. 11 (1), 1-15.
- Cahyandito, FM. 2006. *Akuntansi Manajemen Lingkungan*. Bangkok, Thailand: Dalam Pergi (Capacity Building International).
- Céspedes-Lorente, J., de Burgos-Jiménez, J., Álvarez-Gil, M.J. 2003. Stakeholders' Environmental Influence. An Empirical Analysis in the Spanish Hotel Industry. *Scandinavian Journal of Management*, 19(3), 333-358.
- Chang, SC, Wang, CF. 2007. Pengaruh Diversifikasi Produk Strategi Pada Hubungan Antara Diversifikasi Internasional Dan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Dunia Bisnis*. 42 (1), 61-79.
- Chen, JY. 1994. *Dampak Ekonomi dari Green Product*. Massachusetts: Teknik Sipil, Massachusetts Institute of Technology.
- Christoffersen, S., Frampton, GC, Granitz, E. 2013. Lingkungan Dampak Keberlanjutan Pada Laba. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Penelitian*. 11 (7), 325-335.
- Chuang, S.P., Huang, S.J. 2018. The Effect of Environmental Corporate Social Responsibility on Environmental Performance and Business Competitiveness: The Mediation of Green Information Technology Capital. *Journal of Business Ethics*, 150(4), 991-1009.
- Dereli, DD. 2015. Manajemen Inovasi Dalam Persaingan Global dan Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Procedia-Sosial dan Ilmu Perilaku*, 195, 1365-1370.
- Driessen PH, Hillebrand B, Kok RA, Verhallen TM. 2013. Green new product development: the pivotal role of product greenness. *IEEE Transactions on Engineering Management*. 60(2), 315–326.
- Durif, F., Boivin, C., Julien, C. 2010. Dalam Mencari Produk Hijau Definisi. *Jurnal Interaktif*. 6 (1), 25-33.
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. 2000. Dynamic Capabilities: What Are They?. *Strategic management journal*, 21(10-11), 1105–1121.
- Fabiola, V. P., & Khusnah, H. (2022). Pengaruh Green Innovation Dan Kinerja Keuangan Pada Competitive Advantage Dan Nilai Perusahaan Tahun 2015–2020. *Media*

- Mahardhika, 20(2), 295-303.
- Feng, L., Liao, W. 2016. Legislation, Plans, and Policies for Prevention and Control of Air Pollution in China: Achievements, Challenges, and Improvements. *Journal of Cleaner Production*. 112, 1549-1558.
- Ferreira, A., Carly, M. 2009. *Akuntansi Manajemen Lingkungan Dan Inovasi: Sebuah Analisis Eksplorasi*. Melbourne, Australia: Departemen Akuntansi dan Keuangan. Monash University.
- Freeman, RE. 2010. *Manajemen Strategis*. 2nd ed. New York: Cambridge University Press.
- Friede, G., Busch, T., Bassen, A. 2015. ESG and Financial Performance: Aggregated Evidence from More Than 2000 Empirical Studies. *Journal of Sustainable Finance and Investment*. 5(4), 210-233.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Mencari Google Artikel Program IBM SPSS 21. Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermuningsih, S. 2013. Peluang Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan PADA Perusahaan Public Di Indonesia. *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan*. 16, 127-148.
- Helfaya, A., Kotb, A., Hanafi, R. 2018. Qur'anic Ethics for Environmental Responsibility: Implications for Business Practice. *Journal of Business Ethics*, 150(4), 1105-1128.
- Hindarti, E. 2019. Pabrik Semen Yang Merusak Lingkungan, Masyarakat Adat Yang Merawat Lingkungan. (<http://www.aman.or.id/2019/05/pabrik-semen-yang-merusak-lingkungan-masyarakat-adat-yang-merawat-lingkungan/>), diakses pada 10 Desember 2019).
- Hofer, C., Cantor, DE, Dai, J. 2012. Penentu Kompetitif Kegiatan Pengelolaan Lingkungan Suatu Perusahaan: Bukti Dari US Industri Manufaktur. *Jurnal Manajemen Operasi*. 30 (1-2), 69-84.
- Horngren, C.T., Foster, G., Datar, S.M., 2000. *Cost Accounting: A Managerial Emphasis*. Prentice-Hall. Englewood Cliffs, NJ.
- Ichsan, R. 2013. Teori Keagenan. (<https://bungrandhy.wordpress.com/2013/01/12/teori-keagenan-agency-theory/>), diakses pada 8 Desember 2019).
- IFAC. 2005. *Akuntansi Manajemen Lingkungan*. London.
- Ikhsan, A. 2009. *Akuntansi Manajemen Lingkungan (pertama)*. Jogjakarta: Graha Ilmu.
- Isaak, R. 2017. *Green Logic: Ecopreneurship, Theory, and Ethics*. UK: Routledge.
- Jensen, M. C and Meckling, W. H. 1976. Theory of The Firm, Managerial Behaviour, Agency Costs & Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*. Vol 3 October, 305-360.
- Klassen, R. D., & McLaughlin, C. P. 1996. The Impact of Environmental Management on Firm Performance. *Journal Management Science*. 42(8), 1199-1214.
- Kucukoglu, M.T., Pinar, R.İ. 2015. Positive influences of green innovation on company performance. *Journal Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 195, 1232-1237.
- López-Gamero, M.D., Molina-Azorín, J.F., Claver-Cortés, E. 2010. The Potential of Environmental Regulation to Change Managerial Perception, Environmental Management, Competitiveness, and Financial Performance. *Journal of Cleaner Production*, 18(10-11), 963-974.
- Larojan, C., Thevaruban, J.S., Larojan, C., Thevaruban, J.S. 2014. Impact of Environmental Management Accounting Practices on Financial Performance of Listed Manufacturing Companies in Sri Lanka. *Proceedings of the 3rd International Conference on Management and Economics*. p239-246.
- Margaretha, F. 2005. *Teori dan Aplikasi Manajemen Keuangan Investasi dan Sumber dana Jangka Pendek*. Harga: Grasindo.

- Melnyk, S.A., Sroufe, R.P., Calantone, R. 2003. Assessing the Impact of Environmental Management Systems on Corporate and Environmental Performance. *Journal of Operations Management*, 21(3), 329-351.
- Molina-Azorín, J.F., Claver-Cortés, E., López-Gamero, M.D., Tarí, J.J. 2009. Green Management and Financial Performance: A literature review. *Management Decision*. 47(7), 1080-1100.
- Novendasari, Y. 2015. Pengertian Ekolabel. (<http://yayangis4.blogspot.com/2015/02/pengertian-ekolabel.html>), diakses pada 10 Desember 2019).
- O'Donovan, G. 2002. Environmental Disclosures in The Annual Report: Extending The Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(3), 344-371.
- Özşahin, D.M., Sezen, B., Çankaya, S.Y. 2013. Effects of Green Manufacturing and Eco-innovation on Sustainability Performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 99, 154-163
- Putri, R. D. 2019. 11 Perusahaan Perusak Lingkungan Rugikan Negara Rp18 Triliun. (<https://tirto.id/11-perusahaan-perusak-lingkungan-rugikan-negara-rp18-triliun-dgZ6>), diakses pada 10 Desember 2019).
- Rennings, K., Rammer, C. 2009. Increasing Energy and Resource Efficiency Through Innovation-An Explorative Analysis Using Innovation Survey Data. *SSRN Electronic Journal*. 59(5), 442-459.
- Rimantho, D. 2015. Ekolabel dan Manfaatnya. (<http://rimantho.blogspot.com/2015/03/ekolabel-dan-manfaatnya.html>), diakses pada 10 Desember 2019).
- Rosenbusch, N., Rauch, A., Bausch, A. 2013. The Mediating Role of Entrepreneurial Orientation in The Task Environment-Performance Relationship: A Meta-Analysis. *Journal of Management*. 39(3), 633-659
- Ross, S.A., Westerfield, R.W., Jordan, B.D. 2008. *Corporate Finance Fundamentals*. New York: McGraw-Hill Education.
- Salvadó, J.A., de Castro, G.M., López, J.E.N. 2015. The Importance of The Complementarity Between Environmental Management Systems and Environmental Innovation Capabilities: A Firm Level Approach to Environmental and Business Performance Benefits. *Technological Forecasting and Social Change*. 96, 288-297.
- Schaltegger, S., Martin, B., Burritt, R.L., Jasch, C. 2008. *Environmental Management Accounting for Cleaner Production*. Dordrecht: Springer.
- Sudjana, N dan Ibrahim. 2001. *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung : Sinar Baru Algensindo.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suriasumantri, Jujun S. 2005. *Filsafat Ilmu; Sebuah Pengantar Populer*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Sharma, S., Vredenburg, H. 1998. Proactive Corporate Environmental Strategy and The Development of Competitively Valuable Organisational Capabilities. *Strategic Management Journal*. 19(8), 729-753.
- Tarantulaibob. 2013. Pengertian SPSS dan Keunggulan SPSS. (<https://tarantulaibob.wordpress.com/2013/01/13/pengertian-spss-dan-keunggulan-spss/>), diakses pada 8 Desember 2019).
- Theyel, G. 2006. *Customer and Supplier Relations for Environmental Performance*. In: *Greening the Supply Chain*. London: Springer.
- Traer, R. 2018. *Doing Environmental Ethics*. UK: Routledge.
- Watson, K., Klingenberg, B., Polito, T., Geurts, T.G. 2004. Impact of Environmental Management System

- Implementation on
Financial
Performance: A comparison of Two
Corporate Strategies. *Management of
Environmental Quality:
An International
Journal*. 15(6), 622-628.
- Zhu, C., Chen, L. 2018. An Analysis of The
Development of China's Commercial
Banks Under The Structural Reform of
The Supply Side. *Journal of
Accounting, Business and Finance
Research*. 4(1), 1-
8.

PENGUJIAN EFEK KUALITAS LAYANAN PADA LOYALITAS PELANGGAN KARTU TELKOMSEL SELAMA PANDEMI COVID-19

Alfredo Ezra Amadeus¹, Ariesya Aprillia²

^{1,2}Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Maranatha, Bandung

e-mail: [1edoezdeus@gmail.com](mailto:edoezdeus@gmail.com), [2april.lie@hotmail.com](mailto:april.lie@hotmail.com)

Abstract: *This study aims to test whether there is an influence between service quality on customer loyalty on Telkomsel card customers. The sample in this study were students at Maranatha Christian University with a total of 378 out of a total of 5,781 students. The sampling technique used is the stratified random sampling method by distributing questionnaires, with the analysis technique using the partial least square model. The independent variables of this study are network quality (X1), customer service (X2), information quality (X3), security and privacy (X4), and the dependent variables are attitude loyalty (Y1) and behavioral loyalty (Y2). The results of this study indicate that service quality has a positive effect on attitudinal loyalty, while information quality and security and privacy have a positive effect on attitudinal loyalty and behavioral loyalty.*

Keywords: *Service quality, attitude loyalty, behavioral loyalty*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan kartu Telkomsel. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Kristen Maranatha dengan jumlah 378 dari jumlah keseluruhan 5.781 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *stratified random sampling* dengan menyebarkan kuesioner, dengan teknik analisis menggunakan model *partial least square*. Variabel bebas dari penelitian ini adalah kualitas jaringan (X1), layanan pelanggan (X2), kualitas informasi (X3), keamanan dan privasi (X4), serta variabel terikat adalah loyalitas sikap (Y1) dan loyalitas perilaku (Y2). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif pada loyalitas sikap, sedangkan kualitas informasi dan keamanan dan privasi berpengaruh positif pada loyalitas sikap dan loyalitas perilaku.

Kata kunci: Kualitas layanan, loyalitas sikap, loyalitas perilaku

PENDAHULUAN

Industri telekomunikasi seluler di Indonesia memiliki prospek bisnis yang menarik dengan dukungan jumlah penduduk Indonesia yang tinggi. Salah satu operator jaringan telepon seluler yaitu Telkomsel beroperasi di Indonesia sebagai merek GSM dan UTMS. Telkomsel memiliki produk kartu perdana prabayar Telkomsel Prabayar digabungkan dari merek simPATI, Kartu As, dan LOOP, juga untuk produk kartu perdana pascabayar Telkomsel memiliki produk Telkomsel Halo.

Merek-merek yang berada di industri bidang jasa dengan berjalannya waktu akan terus berkembang di lingkungan bisnis dengan layanan yang diberikan. Produk terbaik dengan berbagai macam variasi yang berlomba-lomba perusahaan ciptakan karena permintaan dan kebutuhan yang berbeda sesuai dengan kebutuhan pasar (Setyawati, 2021).

Kualitas layanan merupakan pembeda penting dan pendorong utama kinerja perusahaan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif (Zhao & Benedetto, 2013). Kualitas layanan yang ditingkatkan dalam bisnis dapat memengaruhi retensi dan loyalitas pelanggan (Thaichon et al., 2012). Senjata utama untuk menjaga keberlangsungan suatu perusahaan atau instansi adalah layanan berkualitas (Verriana & Anshori, 2017).

Beberapa penelitian sebelumnya telah menunjukkan pengaruh positif dari kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga kualitas layanan yang tinggi dapat menyebabkan loyalitas yang tinggi (Seo et al., 2008; Akroush et al., 2010; Jaiswal et al., 2010; Thaichon et al., 2012; Quach et al., 2016). Sedangkan, sektor telekomunikasi memiliki peluang untuk bisa mendapatkan adaptasi yang dibutuhkan dengan cara-cara seperti meningkatkan kapasitas jaringan dan

menyiapkan layanan telekomunikasi yang berkualitas di masa pandemi Covid-19 (www.kominfo.go.id).

Masa pandemi Covid-19 di Indonesia mengharuskan masyarakat melakukan aktivitas dari dalam rumah, sehingga penggunaan internet dalam masa pandemi Covid-19 meningkat sampai ke angka 40 persen (www.liputan6.com). Telkomsel mengalami peningkatan yang signifikan dalam trafik penggunaan data internet dan juga pengguna Telkomsel dalam masa pandemi Covid-19 yang dicatat oleh Telkomsel (www.cnnindonesia.com). Telkomsel perlu memperhatikan kualitas layanan untuk loyalitas pelanggan Telkomsel berdasarkan dari fenomena-fenomena tersebut.

Kualitas Layanan

Kualitas layanan (*service quality*) di suatu perusahaan diuji setiap saat adanya pertemuan layanan (Kotler & Keller, 2016). American Society for Quality dalam Kotler & Keller (2016) mendefinisikan bahwa kualitas adalah totalitas dari fitur dan karakteristik produk atau layanan bergantung sesuai kemampuannya untuk memuaskan atau kebutuhan tersirat. Dapat dikatakan bahwa penjual sudah memberikan kualitas dari produk atau layanan setiap kali produk atau layanan tersebut memenuhi hingga melampaui harapan pelanggan (Kotler & Keller, 2016).

Kualitas layanan yang dinilai secara keseluruhan dalam industri telekomunikasi berasal dari persepsi pelanggan tentang kualitas jaringan yang stabil dan kuat (Lai et al., 2009). Menurut Quach et al. (2016), dimensi-dimensi dari kualitas layanan (*service quality*) yaitu kualitas jaringan (*network quality*), pelayanan pelanggan (*customer service*), kualitas informasi (*information quality*), keamanan (*security*), dan privasi (*privacy*). Kualitas jaringan (*network quality*)

menjadi salah satu dari penggerak layanan inti di industri telekomunikasi (Lai et al., 2009). Kualitas informasi (*information quality*) sendiri memiliki peran penting dalam membangun sikap positif keseluruhan pelanggan suatu perusahaan (Jaiswal et al., 2010). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan antara keamanan (*security*) dan privasi (*privacy*) dengan kualitas layanan (Wolfenbarger & Gilly, 2003).

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas sebagai komitmen pelanggan membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dengan konsisten sehingga adanya pembelian ulang di masa depan tanpa dipengaruhi situasi serta upaya pemasaran yang menyebabkan perilaku berpindah (Oliver, 1997). Menurut Oliver (1999) dan Prasad (2018), loyalitas terdiri dari loyalitas terhadap informasi, loyalitas terhadap kesukaan, loyalitas terhadap niat atau loyalitas sikap (*attitudinal loyalty*), dan loyalitas terhadap tindakan atau loyalitas perilaku (*behavioral loyalty*). Sedangkan menurut Thaichon et al. (2016), loyalitas pelanggan terdiri dari loyalitas sikap (*attitudinal loyalty*) dan loyalitas perilaku (*behavioral loyalty*), berkaitan pada elemen evaluasi pelanggan yaitu kepuasan pelanggan, komitmen pelanggan, kualitas jaringan (*network quality*), dan layanan pelanggan (*customer service*).

Kualitas Jaringan dan Loyalitas

Kualitas jaringan pada ponsel prabayar menjadi salah satu pendorong paling penting terhadap loyalitas pelanggan (Miranda-Gumucio et al., 2012). Kualitas jaringan menjadi karakteristik dasar pada layanan internet dengan teknologi tinggi seperti kualitas dan kecepatan konektivitas internet yang

memengaruhi loyalitas perilaku dari pelanggan (Seo et al., 2008). Kualitas jaringan dan harga memiliki nilai dengan koefisien terbesar pada analisis regresi data eksperimen, yang merupakan atribut dengan pengaruh lebih besar atau kuat pada loyalitas pelanggan dalam konteks layanan telepon seluler (Cassab, 2009). Kualitas jaringan yang baik tersedia dari penyedia internet kemudian mendorong loyalitas pelanggan dan profitabilitas perusahaan (Lai et al., 2009). Maka dari itu, dihipotesiskan sebagai berikut.

H1a: Kualitas jaringan berpengaruh positif pada loyalitas sikap.

H1b: Kualitas jaringan berpengaruh positif pada loyalitas perilaku.

Layanan Pelanggan dan Loyalitas

Layanan pelanggan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di bank dalam layanan berbasis teknologi (Ganguli & Roy, 2011). Layanan pelanggan menjadi penentu utama dari niat pembelian ulang dan loyalitas pelanggan, namun kekurangan kualitas layanan pelanggan menjadi alasan utama untuk pelanggan beralih (Miranda-Gumucio et al., 2012). Layanan pelanggan (*customer service*) sebagai kegiatan dengan interaksi yang memberikan apa kebutuhan yang ada oleh pelanggan tentang produk atau informasi dari perusahaan, bila pelanggan puas dengan penyedia layanan akan meningkatkan tingkatan dari loyalitas juga (Dimiyati & Afandi, 2018). Maka dari itu, dihipotesiskan sebagai berikut.

H2a: Layanan pelanggan berpengaruh positif pada loyalitas sikap.

H2b: Layanan pelanggan berpengaruh positif pada loyalitas perilaku.

Kualitas Informasi dan Loyalitas

Kualitas informasi yang tinggi dari penyedia layanan *provider* beserta situs

web yang mendukung demi mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Canhoto & Clark, 2013). Kualitas informasi memberi petunjuk terhadap akurasi, kelengkapan, penyajian, dan format informasi yang ada dan tersedia dari layanan *provider* (Canhoto & Clark, 2013). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa desain situs web menjadi penentu terhadap loyalitas pelanggan *online* di Afrika Selatan dan Australia (Caruana & Ewing, 2010). Kemudahan penggunaan dan informasi dalam karakteristik situs *web* merupakan pengaruh signifikan dari loyalitas pelanggan *e-commerce* (Toufaily et al., 2013). Maka dari itu, dihipotesiskan sebagai berikut.

H3a: Kualitas informasi berpengaruh positif pada loyalitas sikap.

H3b: Kualitas informasi berpengaruh positif pada loyalitas perilaku.

Keamanan, Privasi dan Loyalitas

Penelitian sebelumnya menunjukkan privasi pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas situs *web* di Amerika Serikat (Limbu et al., 2011). Peneliti lain juga memercayai bahwa privasi pelanggan mempunyai peran penting dalam menentukan loyalitas. Privasi menimbulkan efek langsung tentang niat untuk merekomendasikan (Finn et al., 2009). Dalam konteks *multichannel retailer* berbasis *online* keamanan dan privasi berkontribusi lebih besar terhadap loyalitas pelanggan dibanding *retail* yang berbasis *offline* (Jin & Kim, 2010). Maka dari itu, dihipotesiskan sebagai berikut.

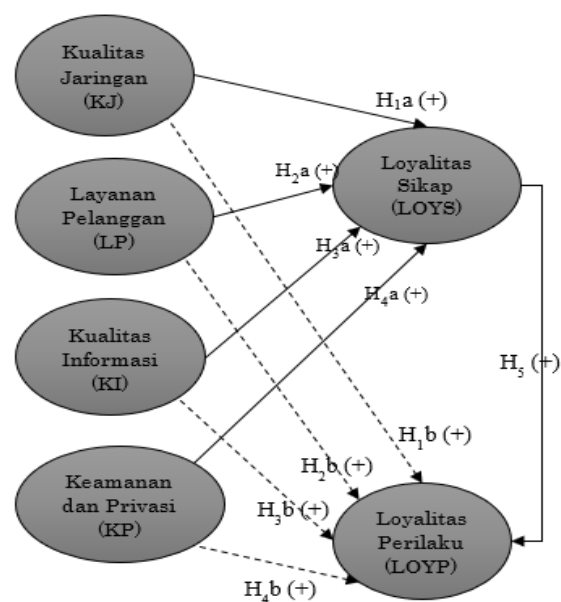
H4a: Keamanan dan privasi berpengaruh positif pada loyalitas sikap.

H4b: Keamanan dan privasi berpengaruh positif pada loyalitas perilaku.

Loyalitas Sikap dan Loyalitas Perilaku

Loyalitas sikap secara signifikan memberikan efek yang positif terhadap loyalitas perilaku dalam penelitian tentang layanan telepon genggam di Cina (Zhang et al., 2010). Layanan hotel di Amerika Serikat menunjukkan loyalitas konatif memberikan efek positif pada loyalitas terhadap tindakan (Han & Hyun, 2012). Menurut Bandyopadhyay & Martell (2007), loyalitas sikap memiliki hubungan yang kuat terhadap niat pembelian ulang. Maka dari itu, dihipotesiskan sebagai berikut.

H5: Loyalitas sikap berpengaruh positif pada loyalitas perilaku.



Gambar 1. Model Penelitian

METODOLOGI

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Kristen Maranatha dengan jumlah keseluruhan 5.781 mahasiswa aktif menurut data pelaporan Genap tahun 2020 Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDikti) (www.pddikti.kemdikbud.go.id). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *stratified random sampling*.

Bertindak sebagai kerangka sampel atau populasi relevan yaitu mahasiswa

dari angkatan tahun 2014 hingga tahun 2021 yang menggunakan kartu prabayar dan pasca bayar Telkomsel. Setelah mengetahui jumlah populasi (N), maka peneliti memakai rumus Slovin untuk menghitung jumlah sampel tersebut yaitu didapat 378. Selanjutnya, peneliti membaginya secara merata, sehingga jumlah sampel mahasiswa dari masing-masing fakultas (9 fakultas) yaitu 42 sampel per fakultas.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu survei dengan menyebarkan kuesioner melalui internet (Google Forms) dengan mengadopsi 19 butir kuesioner dari Quatch et al (2016). Indikator untuk mengukur kualitas jaringan (*network quality*) adalah koneksi internet (KJ1), kecepatan internet dalam mengunduh (KJ2), serta mengunggah data (KJ3), dan stabilitas internet pada jam sibuk (KJ4) dan di luar jam sibuk (KJ5).

Indikator untuk mengukur dimensi layanan pelanggan (*customer service*) adalah personel layanan pelanggan harus memiliki pengetahuan luas (LP1), bersedia menanggapi pertanyaan dari pelanggan (LP2), dan dapat diandalkan untuk menyelesaikan masalah teknis (LP3). Indikator untuk mengukur dimensi kualitas informasi (*information quality*) adalah informasi yang disediakan oleh perusahaan harus cukup (KI1), terkini (KI2), dan relevan (KI3). Indikator untuk mengukur keamanan dan privasi (*security and privacy*) adalah keamanan dalam informasi privasi (KP1), keamanan dalam informasi finansial (KP2), dan keamanan dalam bertransaksi (KP3).

Indikator untuk mengukur loyalitas sikap (*attitudinal loyalty*) adalah niat pelanggan untuk menjadi setia (LOYS1), untuk memberitahukan hal positif tentang *provider* ini kepada orang lain (LOYS2), dan merekomendasi kepada

orang lain (LOYS3). Indikator loyalitas perilaku (*behavioral loyalty*) yaitu tindakan pelanggan dalam memilih layanan *provider* (LOYP1) dan penggunaan kembali untuk waktu selanjutnya (LOYP2).

Selanjutnya, jawaban responden diukur dengan skala Likert interval dengan 5 poin, di mana satu untuk mengukur ketidaksetujuan dan lima untuk mengukur kesetujuan.

Idealnya, model persamaan struktural berbasis kovarianlah yang layak digunakan mengingat jumlah sampel melebihi 200 (Ghozali, 2014). Namun untuk menghindari matrik kovarian yang negatif dari variabel eksogen dari model persamaan struktural tersebut, maka peneliti menggunakan model berbasis varian atau *partial least square*. Selengkapanya, persamaan model ini dapat dilihat pada persamaan (1) dan (2).

$$\text{LOYS} = \gamma_1\text{KJ} + \gamma_2\text{LP} + \gamma_3\text{KI} + \gamma_4\text{KP} + \zeta_1 \quad (1)$$

$$\text{LOYP} = \gamma_5\text{KJ} + \gamma_6\text{LP} + \gamma_7\text{KI} + \gamma_8\text{KP} + \beta_1\text{LOYS} + \zeta_2 \quad (2)$$

Untuk menguji validitas, model ini menganalisis faktor konfirmatori. Analisis ini dilakukan dengan membandingkan faktor muatan dengan 0.5. Menurut Ghozali (2014), jika jawaban responden atas butir pernyataan akurat, maka faktor muatan dari setiap butir pernyataan melebihi 0.5. Dalam penelitian ini, analisis reliabilitas komposit digunakan untuk memeriksa konsistensi jawaban responden yang valid. Menurut Arnold & Lewis (2019), jika jawaban atas butir pernyataan konsisten maka koefisien reliabilitas komposit perlu melebihi 0.6.

Setelah jawaban memenuhi uji validitas dan reliabilitas, langkah

selanjutnya yaitu menilai model persamaan ini dengan mengacu pada R-kuadrat, Q-kuadrat, dan f-kuadrat, seperti yang dinyatakan Ghozali (2008).

- R-kuadrat menunjukkan besarnya kontribusi semua variabel penjelas yang ada dalam model. Jika nilai ini melebihi atau sama dengan 0,67; 0,33; 0,19; maka kontribusi yang ditunjukkan dikategorikan besar, menengah, dan kecil.
- Q-kuadrat menunjukkan kemampuan model untuk memprediksi. Jika nilai ini melebihi 0, maka model mampu untuk memprediksi.
- Efek ukuran (f-kuadrat) menunjukkan kontribusi secara parsial dari variabel penjelas terhadap variabel yang dijelaskan. Jika nilai ini melebihi atau sama dengan 0,02; 0,15; dan 0,35, maka kontribusinya bersifat kecil, menengah, dan besar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti mensurvei 378 mahasiswa sebagai sampel pada tanggal 04-20 November 2021, selanjutnya, diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin dan asal fakultas di Universitas Kristen Maranatha (Tabel 1).

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa berdasarkan Jenis Kelamin dan Asal Fakultas

Karakteristik	Keterangan	Total	%
Jenis Kelamin	Pria	169	44,71
	Wanita	209	55,29
Asal Fakultas	Kedokteran	42	11,11
	Teknik	42	11,11
	Psikologi	42	11,11
	Bahasa dan Budaya	42	11,11
	Bisnis	42	11,11
	Seni Rupa dan Desain	42	11,11
	Teknologi Informasi	42	11,11
	Hukum	42	11,11

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa berdasarkan Jenis Kelamin dan Asal Fakultas

Karakteristik	Keterangan	Total	%
	Kedokteran	42	11,11
	Gigi		

Sumber: Hasil Olahan Microsoft Excel (2021)

Dalam menguji validitas jawaban responden pada tahap awal, peneliti menemukan butir pernyataan tidak valid dengan faktor muatan di bawah 0,5, yaitu KJ3: 0,393; LP2: 0,460; LOYS1: 0,464. Mengingat faktor muatan tersebut kurang dari 0,5, maka butir tersebut dihilangkan. Setelah ketiga butir tersebut dihapus, maka dilakukan uji reliabilitas atas butir pernyataan tersisa, di mana hasilnya dapat dilihat pada Tabel 2. Pada tabel tersebut, terlihat faktor muatan sudah melebihi 0.5 dan koefisien reliabilitas komposit sudah melebihi 0.6. Dengan demikian, uji validitas dan reliabilitas sudah terpenuhi.

Tabel 2. Faktor Muatan dan Koefisien Reliabilitas Komposit atas Jawaban Responden Valid pada Butir Pernyataan

Butir Pernyataan	Faktor Muatan	Koefisien reliabilitas komposit
KJ1	0,671	0,698
KJ2	0,594	
KJ4	0,639	
KJ5	0,514	
LP1	0,786	0,764
LP3	0,786	
KI2	0,761	0,733
KI3	0,761	
KP1	0,723	0,681
KP2	0,578	
KP3	0,630	
LOYS2	0,756	0,728
LOYS3	0,756	
LOYP1	0,777	0,753
LOYP2	0,777	

Sumber: Output WARP PLS Yang Dimodifikasi (2021)

Tabel 3 menunjukkan hasil penilaian model persamaan struktural yang dicerminkan oleh R-kuadrat, Q-kuadrat, dan f-kuadrat.

- R-kuadrat untuk model LOYS dan LOYP masing-masing sebesar 0,158 dan 0,191. Dengan mengacu Ghazali (2008), maka kontribusi keseluruhan dari variabel penentu dalam model LOYS dan LOYP adalah kecil dan menengah.
- Q-kuadrat untuk model LOYS dan LOYP yaitu 0,163 dan 0,194. Dengan mengacu pada Ghazali (2008), maka kedua model ini dapat memprediksi.
- Untuk model LOYS, f-kuadrat untuk KJ, LP, KI, dan KP berada pada kisaran 0,019 sampai 0,086. Dengan mengacu pada Ghazali (2008), maka efek ukuran yang ditunjukkan oleh variabel penentu LOYS tersebut kecil.
- Untuk model LOYP, f-kuadrat untuk KJ, LP, KI, KP, dan LOYS berada pada kisaran 0,010 sampai 0,091. Dengan mengacu pada Ghazali (2008), maka efek ukuran yang ditunjukkan oleh variabel penentu LOYS tersebut kecil.

Tabel 3. Hasil Penilaian Model Persamaan Struktural Berbasis Varian berdasarkan R-kuadrat, Q-kuadrat, and f-kuadrat

Ukuran	Keterangan	Value
R-kuadrat	Model LOYS = f (KJ, LP, KI, KP)	0,158
	Model LOYP = (KJ, LP, KI, KP, LOYS)	0,191
Q-kuadrat	Model LOYS = f (KJ, LP, KI, KP)	0,163
	Model LOYP = (KJ, LP, KI, KP, LOYS)	0,194
f-kuadrat dalam model LOYS	KJ → LOYS	0,086
	LP → LOYS	0,029
	KI → LOYS	0,019
	KP → LOYS	0,025
f-kuadrat dalam	KJ → LOYP	0,010
	LP → LOYP	0,012

model	KI → LOYP	0,067
LOYP	KP → LOYP	0,036
	LOYS → LOYP	0,091

Sumber: Output WARP PLS 7 Yang Dimodifikasi (2021)

Setelah menilai model persamaan struktural berbasis varian, langkah selanjutnya yaitu mengestimasi koefisien jalur dan probabilitas t-statistiknya, di mana hasilnya terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Estimasi Koefisien Jalur dan Probabilitas t-statistik untuk Hubungan Kausalitas terkait Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Hubungan Kausalitas	Koefisien Jalur	Probabilitas t-statistik
H1a	KJ → LOYS	0,244	<0,001
H1b	KJ → LOYP	0,039	0,226
H2a	LP → LOYS	0,095	0,031
H2b	LP → LOYP	-0,051	0,158
H3a	KI → LOYS	0,110	0,015
H3b	KI → LOYP	0,230	<0,001
H4a	KP → LOYS	0,082	0,054
H4b	KP → LOYP	0,126	0,006
H5	LOYS → LOYP	0,256	<0,001

Sumber: Output WARP PLS 7 Yang Dimodifikasi (2021)

Pada Tabel 4, terlihat nilai probabilitas untuk hubungan kausalitas:

- KJ → LOYS sebesar <0,001 dan koefisien jalur menunjukkan tanda positif. Mengingat probabilitas ini kurang dari tingkat signifikansi sebesar 5%, maka pengaruh tersebut signifikan sehingga hipotesis 1a yang menyatakan kualitas jaringan berpengaruh positif pada loyalitas sikap diterima.
- KJ → LOYP sebesar 0,226 dan koefisien jalur menunjukkan tanda positif. Mengingat probabilitas ini melebihi tingkat signifikansi sebesar 5%, maka pengaruh tersebut tidak signifikan sehingga hipotesis 1b ditolak. Dengan demikian, kualitas jaringan tidak berpengaruh pada loyalitas perilaku.
- LP → LOYS sebesar 0,031 dan koefisien jalur menunjukkan tanda

- positif. Mengingat probabilitas ini kurang dari tingkat signifikansi sebesar 5%, maka pengaruh tersebut signifikan. sehingga hipotesis 2a diterima. Dengan demikian, layanan pelanggan berpengaruh positif pada loyalitas sikap.
- d. LP → LOYP sebesar 0,158 dan koefisien jalur menunjukkan tanda negatif. Mengingat probabilitas ini melebihi tingkat signifikansi sebesar 5%, maka pengaruh tersebut tidak signifikan sehingga hipotesis 2b ditolak. Dengan demikian, layanan pelanggan tidak berpengaruh pada loyalitas perilaku.
 - e. KI → LOYS sebesar 0,015 dan koefisien jalur menunjukkan tanda positif. Mengingat probabilitas ini kurang dari tingkat signifikansi sebesar 5%, maka pengaruh tersebut signifikan sehingga hipotesis 3a yang menyatakan kualitas informasi berpengaruh positif pada loyalitas sikap diterima.
 - f. KI → LOYP sebesar <0,001 dan koefisien jalur menunjukkan tanda positif. Mengingat probabilitas ini kurang dari tingkat signifikansi sebesar 5%, maka pengaruh tersebut signifikan sehingga hipotesis 3b yang menyatakan kualitas informasi berpengaruh positif pada loyalitas perilaku diterima.
 - g. KP → LOYS sebesar 0,054 dan koefisien jalur menunjukkan tanda positif. Mengingat probabilitas ini kurang dari tingkat signifikansi yang diperlonggar menjadi 10%, maka pengaruh tersebut signifikan sehingga hipotesis 4a yang menyatakan keamanan dan privasi berpengaruh positif pada loyalitas sikap diterima.
 - h. KP → LOYP sebesar 0,006 dan koefisien jalur menunjukkan tanda positif. Mengingat probabilitas ini kurang dari tingkat signifikansi sebesar 5%, maka pengaruh tersebut signifikan sehingga hipotesis 4b yang menyatakan keamanan dan privasi berpengaruh positif pada loyalitas perilaku diterima.
 - i. LOYS → LOYP sebesar <0,001 dan koefisien jalur menunjukkan tanda positif. Mengingat probabilitas ini kurang dari tingkat signifikansi sebesar 5%, maka pengaruh tersebut signifikan sehingga hipotesis 5 yang menyatakan loyalitas sikap berpengaruh positif pada loyalitas perilaku diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, kualitas layanan yang didapatkan konsumen sangat berpengaruh bagi Telkomsel, kualitas layanan sudah mendapatkan hasil yang positif terhadap loyalitas sikap konsumen. Hal ini menunjukkan keselarasan dengan pernyataan Wilson & Kenis (2018) yang menyatakan bahwa pelanggan yang memiliki pengalaman yang baik dalam kualitas layanan memiliki niat untuk menjadi loyal kepada layanan *provider* internet pelanggan itu sendiri. Lalu, hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas perilaku ditemukan bahwa hanya kualitas informasi dan keamanan dan privasi saja yang memiliki hubungan langsung, ini menunjukkan bahwa ketika pelanggan mendapatkan kualitas layanan yang baik mengenai keamanan dan privasi, pelanggan akan menjadi loyal. Kemudian, dari hasil temuan ditemukan bahwa loyalitas sikap terhadap loyalitas perilaku memiliki hubungan langsung.

Hal-hal tersebut menjadi faktor penting bagi Telkomsel terlebih dalam masa pandemi Covid-19 pengguna Telkomsel mengalami peningkatan yang signifikan. Telkomsel diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas jaringan dan layanan pelanggan yang menjadi

bagian dari kualitas layanan karena dibutuhkan sebagai peluang untuk bisa mendapatkan adaptasi yang dibutuhkan di masa pandemi Covid-19 dan dalam menghadapi penggunaan internet yang meningkat dalam masa pandemi Covid-19.

Keterbatasan dari penelitian ini adalah penelitian ini hanya berfokus pada pelanggan kartu Telkomsel di Universitas Kristen Maranatha saja, maka hasil yang didapat mungkin dapat saja berbeda apabila menggunakan pelanggan kartu Telkomsel yang berasal dari populasi yang lain, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat menjadi bahan acuan yang pasti. Beberapa dimensi dari kualitas layanan yang ditemukan tidak menunjukkan pengaruh signifikan, penelitian yang akan datang diharapkan untuk meneliti lebih lanjut, seperti membandingkan antar layanan *provider* internet, penelitian yang akan datang diharapkan untuk meneliti karakteristik responden lebih lanjut seperti usia, tingkat penggunaan internet, lama waktu, dan variabel seperti citra merek dalam menggunakan *provider* (Rachmawati & Mohaidin, 2019; Zakiy, 2019).

DAFTAR PUSTAKA

- Akroush, M. N., Abu-Elsamen, A. A., Al-Shibly, S. M., & Al-Khaweldeh, F. M. 2010. Conceptualisation and Development of Customer Service Skills Scale: An Investigation of Jordanian Customers. *International Journal of Mobile Communications*, Vol. 8, No. 6, pp 625-653.
- Arnold, G., & Lewis, D. 2019. *Corporate Financial Management, 6th edition*. UK: Pearson Education, Inc.
- Bandyopadhyay, S., & Martell, M. 2007. Does Attitudinal Loyalty Influence Behavioral Loyalty? A Theoretical and Empirical Study. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 14, pp 35-44.
- Canhoto, A. I., & Clark, M. 2013. Customer Service 140 Characters at a Time: The Users' Perspective. *Journal of Marketing Management*, Vol. 29, No. 5, pp 522-524.
- Caruana, A., & Ewing, M. T. 2010. How Corporate Reputation, Quality, and Value Influence Online Loyalty. *Journal of Business Research*, Vol. 63, pp 1103-1110.
- Cassab, H. 2009. Investigating the Dynamics of Service Attributes in Multi-Channel Environments. *Journal of Retailing and Consumer Service*, Vol. 16, pp 25-30.
- CNN Indonesia. 2020, 18 Juli. www.cnnindonesia.com. Diakses pada 06 September 2021.
- Dimiyati, M., & Afandi, M. F. 2018. Model Empiris Membangun Kesetiaan Pelanggan Berbasis Kualitas Pelayanan Dengan Mediasi Kualitas Hubungan Pada Industri Ritel Berbasis Jejaring Minimarket. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Vol. 11, No. 2, pp 311-328.
- Finn, A., Wang, L., & Frank, T. 2009. Attribute Perceptions, Customer Satisfaction and Intention to Recommend E-Services. *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 23, pp 209-220.
- Ganguli, S., & Roy, S. K., 2011. Generic

- Technology-Based Service Quality Dimensions in Banking. Impact on Customer Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 29, No. 2, pp 168-189.
- Ghozali, I. 2008. *Structural Equation Modeling*. Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2014. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Han, H., & Hyun, S. S. 2012. An Extension of the Four-Stage Loyalty Model: The Critical Role of Positive Switching Barriers. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 29, No. 1, pp 40-56.
- Jaiswal, A. K., Niraj, R., & Venugopal, P. 2010. Context-General and Context-Specific Determinants of Online Satisfaction and Loyalty for Commerce and Content Sites. *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 24, No. 3, pp 222-238.
- Jin, B., & Kim, J. 2010. Multichannel versus Pure E-tailers in Korea: Evaluation of Online Store Attributes and Their Impacts on E-loyalty. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, Vol. 20, No. 2, pp 217-236.
- Kominfo. 2021, 01 Februari. www.kominfo.go.id. Diakses pada 06 September 2021.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management, 15th edition*. New Jersey: Prentice Hall, Inc .
- Lai, F., Griffin, M., & Babin, B. J. 2009. How Quality, Value, Image, and Satisfaction Create Loyalty at a Chinese Telecom. *Journal of Business Research*, Vol. 62, No. 10, pp 980-986.
- Limbu, Y. B., Wolf, M., & Lunsford, D. L. 2011. Consumers' Perceptions of Online Ethics And Its effects on Satisfaction and Loyalty. *Journal of Research in Interactive Marketing*, Vol. 5, No. 1, pp 71-89.
- Liputan 6. 2021, 26 Februari. www.liputan6.com. Diakses pada 06 September 2021.
- Miranda-Gumucio, L., Gil-Pechuan, I., & Palacios-Marques, D. 2012. An Exploratory Study of the Determinants of Switching and Loyalty in Prepaid Cell Phone Users. An Application of Concept Mapping. *Springer-Verlag Berlin Heidelberg*.
- Oliver, R. L. 1997. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: Irwin/McGraw-Hill.
- Oliver, R. L. 1999. Whence Consumer Loyalty?. *Journal of Marketing*, Vol. 63, No. 4, pp 33-44.
- PDDikti. 2021. www.pddikti.kemdikbud.go.id. Diakses pada 29 Oktober 2021.
- Prasadh, R. R. 2018. Examining the Roles of Perceived Quality and Customer Satisfaction as Predictors of Customer Loyalty in the Indian E-Banking Context. *Journal of Management Research*, Vol. 18, No. 3, pp 176-187.
- Quach, T. N., Thaichon, P., &

- Jebarajakirthy, C. 2016. Internet Service Providers' Service Quality And Its Effect on Customer Loyalty of Different Usage Patterns. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 29, pp 104-113.
- Rachmawati, I., & Mohaidin, Z. 2019. The Roles of Switching Barriers and Corporate Image Between User Experience and Loyalty in Indonesia Mobile Network Operators. *International Journal of Science and Management Studies*, Vol. 2, No. 1, pp 48-57.
- Seo, D., Ranganathan, C., & Babad, Y. 2008. Two-Level Model of Customer Retention in the US Mobile Telecommunications Service Market. *Telecommunication Policy*, Vol. 32, pp 182-196.
- Setyawati, H. A. 2021. Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiositas terhadap Keputusan Pembelian dengan Sikap sebagai Variabel Intervening. *Accounting and Management Journal*, Vol. 5, No. 1.
- Thaichon, P., Lobo, A., & Mitsis, A. 2012. Investigating the Antecedents to Loyalty of Internet Service Providers in Thailand: Developing A Conceptual Model. *ANZAMAC 2012 Conference*.
- Thaichon, P., Lobo, A., & Quach, T. N. 2016. The Moderating Role of Age in Customer Loyalty Formation Process. *Services Marketing Quarterly*, Vol. 37, No. 1, pp 52-70.
- Toufaily, E., Ricard, L., & Perrien, J. 2013. Customer Loyalty to a Commercial Website: Descriptive Meta-Analysis of the Empirical Literature And Proposal of an Integrative Model. *Journal of Business Research*, Vol. 66, pp 1436-1447.
- Verriana, R. I., & Anshori, Y. M. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan (Service Quality) terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan pada Mahasiswa Universitas NU Surabaya. *Accounting and Management Journal*, Vol. 5, No. 1.
- Wilson, N., & Kenis. 2018. Pengaruh *Website Design Quality* dan Kualitas Jasa Terhadap *Repurchase Intention*: Variabel *Trust* sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Vol. 11, No. 2, pp 291-310.
- Wolfenbarger, M., & Gilly, C. 2003. eTailQ: Dimensionalizing, Measuring and Predicting Retail Quality. *J.Retail*. Vol. 79, No. 3, pp 183-198.
- Zakiy, M. 2019. Citra Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pasien dan Niat Beralih. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Vol. 12, No. 1, pp 51-64.
- Zhang, R., Li, X., & Zhang, Y. 2010. Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty of Mobile Communication Industry in China. *Journal of Global Academy of Marketing Science*, Vol. 20, No. 3, pp 269-277.

Zhao, Y. L., & Benedetto, C. A. D. 2013.
Designing Service Quality to
Survive: Empirical Evidence from

Chinese New Ventures. *Journal of
Business Research*, Vol. 66, pp
1098-1107.

ANALISIS FRAUD DIAMOND TERHADAP FRAUDULENT FINANCIAL STATEMENT PADA BEBERAPA JURNAL TAHUN TERBIT 2018-2022, STUDI META ANALISIS

Charen Carolin¹, Meidy Aurora Carsaria², Vicky Effendy³, Carmel Meiden⁴

^{1,2,3,4}Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

¹39190340@student.kwikkiangie.ac.id, ²34190077@student.kwikkiangie.ac.id,

³35190111@student.kwikkiangie.ac.id, ⁴carmel.meiden@kwikkiangie.ac.id

Abstract: *This study aims to determine the potential for financial statement fraud by using diamond fraud analysis, where diamond fraud is a concept that explains the factors that cause a person to commit fraud, namely pressure, opportunity, rationalization and capability. The pressure factor is proxied using financial stability, external pressure and financial targets. The opportunity factor is proxied by the nature of the industry. The rationalization factor is proxied by the change of auditors. Finally, the capability factor is proxied by the change of director. This study uses the F-Score indicator to see the potential for fraudulent financial statements. The population of this study is 61 articles, with a sample of 20 articles. The sampling technique used purposive sampling. Data collection uses secondary data published between 2018-2022. Data analysis was measured using the F-Score indicator. The results of the study show that partially (t test) the variables of financial stability, external pressure, financial targets, nature of the industry, auditor turnover, and director turnover have a significant effect on the potential for fraudulent financial reporting.*

Keywords: *Fraud Diamond, Financial Report Fraud, Indonesia*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi terjadinya kecurangan laporan keuangan dengan menggunakan analisis diamond fraud, dimana diamond fraud merupakan suatu konsep yang menjelaskan faktor-faktor yang menyebabkan seseorang melakukan kecurangan yaitu tekanan, peluang, rasionalisasi dan kapabilitas. Faktor tekanan diproksikan dengan menggunakan stabilitas keuangan, tekanan eksternal dan target keuangan. Faktor peluang diproksikan oleh sifat industri. Faktor rasionalisasi diproksikan dengan pergantian auditor. Terakhir, faktor kapabilitas diproksikan dengan pergantian sutradara. Penelitian ini menggunakan indikator F-Score untuk melihat potensi kecurangan laporan keuangan. Populasi penelitian ini berjumlah 61 artikel, dengan sampel sebanyak 20 artikel. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan data sekunder yang diterbitkan antara tahun 2018-2022. Analisis data diukur dengan menggunakan indikator F-Score. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) variabel stabilitas keuangan, tekanan eksternal, target keuangan, sifat industri, pergantian auditor, dan pergantian direktur berpengaruh signifikan terhadap potensi kecurangan laporan keuangan.

Kata kunci: *Fraud Diamond, Kecurangan Laporan Keuangan, Indonesia*

PENDAHULUAN

Laporan keuangan adalah laporan yang berisi catatan mengenai transaksi dalam bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan moneter. Informasi pada laporan keuangan digunakan untuk berbagai hal, misalnya dalam sebuah perusahaan laporan keuangan digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan (*decision making*) seorang manajer, dasar penilaian terhadap kinerja manajemen, penilaian terhadap kelayakan investasi yang akan datang, menilai kelayakan utang perusahaan, perhitungan pajak perusahaan, hingga proses akuntabilitasnya terhadap publik. Menurut (Steinbart, 2014), dalam bukunya yang berjudul "*Sistem Informasi Akuntansi*" beberapa kriteria informasi adalah relevan, andal, lengkap, disajikan tepat waktu, mudah dipahami, dapat diverifikasi, dan dapat diakses. Laporan keuangan memiliki kegunaan yang komprehensif namun seringkali terjadi kecurangan pada laporan tersebut. Kecurangan pada pelaporan keuangan dapat dilakukan dengan sengaja untuk mengelabui para pengguna laporan keuangan dengan menyajikan nilai material dari laporan keuangan yang direkayasa. Terjadinya kecurangan (*fraud*) dapat dilatarbelakangi oleh berbagai kondisi, misalnya konflik kepentingan (*conflict of interest*) yang terjadi antara manajemen sebagai agen dengan investor sebagai *principal* yang menguntungkan satu

pihak sehingga mengakibatkan terjadinya *financial statement fraud*.

Menurut ACFE (*Association of Certified Fraud Examiners*, 2016), terdapat 3 kerangka kerja untuk perilaku kecurangan yang dilakukan oleh manajemen dan karyawan dalam perusahaan. Kerangka pertama yang diperkenalkan pada tahun 1996 dan terus ditingkatkan hingga saat ini. ACFE menggambarkannya dalam sebuah ilustrasi yang disebut dengan "*Fraud Tree*" atau "Pohon Kecurangan". Terdapat 3 jenis kecurangan, yaitu: korupsi, penyelewengan atau penyalahgunaan aset, dan kecurangan atau manipulasi laporan keuangan.

Ada beberapa teori yang menjelaskan tentang metode analisis yang digunakan untuk mendeteksi laporan keuangan yang berpotensi mengandung kecurangan, salah satunya ialah segitiga kecurangan yang diperkenalkan oleh Cressey pada tahun 1953. Pada segitiga kecurangan (*fraud triangle*), ada 3 faktor yang menyebabkan seseorang melakukan kecurangan, yaitu tekanan (*pressure*), peluang (*oppurtunity*), dan rasionalisasi (*rationalization*). Laila (2021), berpendapat bahwa *fraud* dapat dideteksi dengan menggunakan *fraud diamond theory*, yang merupakan bentuk perbaikan dari *fraud triangle* dengan menambahkan satu elemen yaitu kemampuan (*capacity*). Keempat faktor ini merupakan unsur dari teori *diamond*. Oleh karena itu,

penulis berusaha mengkaji ulang untuk menunjukkan validitas kedua teori tersebut, dengan menggunakan *fraud diamond theory* yang diyakini lebih lengkap serta memasukkan variabel-variabel dalam teori *triangle*. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan model fraud score model untuk mengukur manajemen laba (Al, 2009). Ukuran ini, yang biasa disebut dengan F-score, dianggap valid dan direkomendasikan sebagai *firstpass screening* bagi akuntan untuk mendeteksi salah saji material dalam laporan keuangan (Aulia, 2018).

LANDASAN TEORI

Teori Keagenan (Agency Theory)

Berdasarkan (Jensen & Meckling, 1976) teori keagenan ialah suatu kontrak di mana satu atau lebih orang (prinsipal) memerintahkan orang lain (agen) untuk melakukan beberapa layanan atas nama prinsipal dan memberi wewenang kepada agen untuk membuat keputusan terbaik bagi prinsipal. Menurut (Jensen & Meckling, 1976) terdapat biaya keagenan (agency cost) untuk mengurangi masalah dalam perusahaan, diantaranya adalah biaya pengawasan oleh prinsipal, biaya bonding oleh agen, dan sisa kerugian. Teori keagenan mempelajari desain kontrak untuk memotivasi agen rasional untuk bertindak atas nama prinsipal ketika kepentingan agen akan bertentangan dengan prinsipal (Scott, 2015).

Menurut (Harto & Tessa G, 2016) prinsipal akan selalu menginginkan yang return yang

tinggi atas investasi, sedangkan agen memiliki kepentingan sendiri dengan mendapatkan kompensasi yang lebih besar. Dengan adanya hal ini menunjukkan adanya benturan kepentingan antara prinsipal yang memiliki modal dan agen yang mengelola modal atau manajemen perusahaan. Benturan kepentingan antara prinsipal dan agen ini sering disebut sebagai conflict of interest (Harto & Tessa G, 2016).

Menurut (Eisenhardt, 1989) teori keagenan berkaitan dengan penyelesaian dua masalah yang dapat terjadi dalam hubungan keagenan. (Albrecht et al., 2012) Karena unit analisisnya adalah kontrak yang mengatur hubungan antara prinsipal dan agen, fokus teori ini adalah menentukan kontrak yang paling efisien yang mengatur hubungan prinsipal-agen, dengan asumsi mengenai orang (contohnya *self-interest, bounded rationality, risk aversion*), organisasi (contohnya konflik tujuan di antara anggota), dan informasi (contohnya informasi adalah komoditas yang dapat dibeli).

Kecurangan Laporan Keuangan

Menurut (Arens et al., 2015) dalam buku "*Auditing & Jasa Assurance Jilid 1*" kecurangan laporan keuangan merupakan salah saji atau pengabaian jumlah atau pengungkapan yang disengaja dengan maksud menipu para pemakai laporan keuangan itu. Sebagian besar kasus melibatkan salah saji jumlah yang disengaja baik dengan cara

pengaturan laba maupun perataan laba.

Pengaturan laba (*earnings management*) menyangkut tindakan manajemen yang disengaja untuk memenuhi tujuan laba, sedangkan perataan laba (*income smoothing*) adalah salah satu bentuk pengaturan laba di mana pendapatan dan beban ditukar-tukar di antara periode untuk mengurangi fluktuasi laba (Arens et al., 2015).

Menurut *Association of Certified Fraud Examiners* (ACFE, 2014) dalam (Kayoi, 2019) dalam berdasarkan frekuensi tindak kecurangan, penyalahgunaan aset (asset misappropriation) merupakan tindakan kecurangan dengan frekuensi tertinggi selanjutnya ialah korupsi (*corruption*), serta yang terakhir merupakan kecurangan laporan keuangan (*financial statement fraud*). Kecurangan pelaporan keuangan berdasarkan *Association of Certified Fraud Examiners* (ACFE, 2014) dalam (Harto & Tessa G, 2016) ialah kekeliruan yang disengaja atas kondisi keuangan suatu perusahaan yang dilakukan melalui salah saji yang disengaja atau misi jumlah atau pengungkapan dalam laporan keuangan untuk menipu pengguna laporan keuangan.

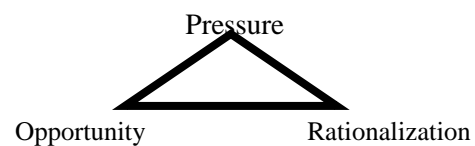
Berdasarkan (SAS 99, 2002), pelaporan keuangan yang curang dapat dilakukan dengan cara berikut :

1. Manipulasi, pemalsuan, atau perubahan catatan akuntansi atau dokumen pendukung dari mana laporan keuangan disusun.

2. Penyajian yang salah atau penghilangan yang disengaja dari laporan keuangan tentang peristiwa, transaksi, atau informasi penting lainnya.
3. Penerapan prinsip akuntansi yang salah secara disengaja terkait dengan jumlah, klasifikasi, cara penyajian, atau pengungkapan.

Fraud Triangle Theory

Dalam (Nuha et al., 2021) *Fraud Triangle Theory* merupakan teori yang dikemukakan oleh Dr Donald Cressey dalam pada tahun 1953. Menurut (SAS 99, 2002) dalam (Arens et al., 2015), *fraud triangle theory* memiliki 3 (tiga) faktor penyebab terjadinya kecurangan yaitu tekanan (*pressure*), peluang (*opportunity*), dan rasionalisasi (*rationalization*).



Gambar 1
Fraud Triangle Theory

1. Tekanan (*Pressure*)

Tekanan untuk melakukan kecurangan yang dirasakan manajemen atau pegawai pada umumnya karena adanya penurunan prospek keuangan perusahaan. Tekanan yang menyebabkan seseorang melakukan fraud didorong dengan tiga kondisi terkait, yaitu: stabilitas keuangan (*financial stability*), tekanan eksternal (*external pressure*), target keuangan (*financial target*), dan kebutuhan keuangan pribadi (*personal financial need*).

2. Peluang (*Opportunity*)

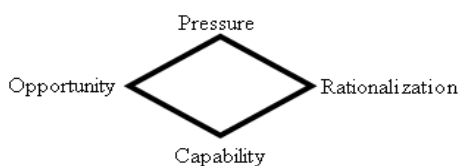
Peluang merupakan situasi yang membuka kesempatan bagi seseorang untuk melakukan kecurangan (Arens et al., 2015). Kondisi peluang yang menyebabkan kecurangan terdiri dari pemantauan yang tidak efektif (*ineffective monitoring*), sifat industri (*nature of industry*) dan struktur organisasi (*organizational structure*).

3. Rasionalisasi (*Rationalization*)

Faktor rasionalisasi kerap kali dihubungkan dengan adanya sikap, karakter atau nilai-nilai etis yang membenarkan seseorang untuk melakukan tindakan yang tidak jujur. Adanya rasionalisasi akan menyebabkan pelaku kecurangan mencari pembenaran atas apa yang telah diperbuatnya (Nuha et al., 2021). Menurut (Suyanto, 2009), kondisi terkait rasionalisasi yang menyebabkan kecurangan terdiri dari pergantian auditor (*auditor change*) dan opini audit (*audit opinion*).

Fraud Diamond Theory

Fraud Diamond diperkenalkan oleh (Wolfe & Hermanson, 2004) sebagai pandangan baru mengenai fenomena fraud dengan menambahkan satu faktor elemen yaitu kemampuan (*capability*).



Gambar 2
Fraud Diamond Theory

(Wolfe & Hermanson, 2004) menjelaskan posisi atau fungsi orang tersebut dalam organisasi dapat memberikan kemampuan untuk menciptakan atau memanfaatkan peluang untuk melakukan kecurangan.

Teori GONE (*Greed, Opportunity, Need, dan Exposes*)

Fraud triangle theory membahas mengenai faktor-faktor pendorong yang membuat individu atau kelompok melakukan tindak kecurangan, sedangkan GONE theory menjelaskan cara pendorong tersebut mampu dilaksanakan dengan tujuan kepentingan pribadi karena adanya hukuman yang tidak kuat serta keinginan individu atau kelompok melakukan kecurangan. Teori GONE pertama kali diteliti oleh Jack Bologne pada tahun 1993 dan dibahas dalam penelitian yang dilakukan oleh (Isgiyata et al., 2018) mengenai studi pengadaan barang atau jasa di sektor publik. Teori ini mengacu kepada fraud triangle theory Cressey (1953). Terdapat kesamaan makna dalam teori GONE dengan teori segitiga fraud milik Cressey (1953). Teori GONE merupakan penyempurnaan dari teori fraud triangle yang menyatakan alasan tindak fraud dilakukan oleh pelaku kecurangan yang meliputi unsur Greed (Ketamakan), Opportunity (Peluang), Need (Keinginan), dan Exposes (Hukuman yang lemah) (Isgiyata et al., 2018). Tuanakotta pada 2010 dalam (Isgiyata et al., 2018) menyebutkan bahwa faktor

ketamakan dan keinginan adalah faktor individual pelaku kecurangan, sedangkan faktor peluang dan hukuman yang lemah adalah faktor umum yang berhubungan dengan organisasi sebagai korban dari tindakan kecurangan.

HIPOTESIS PENELITIAN

Pengaruh *Financial Stability* terhadap Potensi *Fraudulent Financial Statement*

Financial stability merupakan gambaran atau tolak ukur atas kestabilan suatu perusahaan dari sisi keuangan. Salah satu cara untuk mengetahui tingkat stabilitas keuangan suatu perusahaan adalah dengan melihat nilai pertumbuhan asetnya. Loebbecke, Eining, dan Willingham (1989) dalam (Christopher J. Skousen, 2008) berpendapat bahwa ketika nilai pertumbuhan aset perusahaan lebih rendah dari rata-rata industri, manajemen akan terdorong untuk memanipulasi nilai aset, sehingga meningkatkan prospek perusahaan di mata publik.

Studi sebelumnya atas jurnal-jurnal yang ada telah menggunakan rasio perubahan total aset (ACHANGE) sebagai ukuran stabilitas keuangan. Dan ditunjukkan hasil bahwa stabilitas keuangan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kemungkinan kecurangan laporan keuangan. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan (Christopher J. Skousen, 2008), sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pertumbuhan aset suatu perusahaan, maka semakin besar pula kemungkinan terjadinya kecurangan.

H1. *Financial stability* berpengaruh positif terhadap potensi kecurangan laporan keuangan.

Pengaruh *External Pressure* terhadap Potensi *Fraudulent Financial Statement*

External pressure merupakan tekanan yang dihadapi oleh manajemen karena harus memenuhi persyaratan atau harapan dari pihak ketiga, dengan kata lain tekanan tersebut tidak berasal dari diri seorang manajer atau pemegang saham yang tercermin dari *financial stability*, *personal financial need* dan *financial target* (Aulia, 2018). Salah satu sumber tekanan eksternal adalah ketika dalam rangka meningkatkan sumber pendanaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan, namun perusahaan kesulitan untuk memenuhi persyaratan kredit dan timbul kekhawatiran bahwa pada saat utang jatuh tempo, perusahaan tidak sanggup untuk mengembalikannya (Christopher J. Skousen, 2008).

Penelitian-penelitian terdahulu atas jurnal-jurnal yang ada mengukur *external pressure* dengan menggunakan *leverage ratio*, hasilnya *external pressure* berpengaruh positif signifikan terhadap potensi kecurangan laporan keuangan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi nilai leverage ratio, yang berarti semakin tinggi utang yang dilakukan perusahaan, semakin tinggi juga potensi kecurangan laporan keuangan yang dilakukan oleh manajemen.

H2. *External pressure* berpengaruh positif terhadap potensi kecurangan laporan keuangan.

Pengaruh *Financial Target* terhadap Potensi *Fraudulent Financial Statement*

Dalam melaksanakan tugasnya, manajer perusahaan diharapkan dapat bekerja sebaik-baiknya dalam mencapai tujuan yang direncanakan. (Christopher J. Skousen, 2008) mengatakan return on total asset (ROA) merupakan ukuran kinerja manajemen dalam menghasilkan laba secara keseluruhan. Dengan demikian, ROA adalah salah satu metrik utama yang digunakan perusahaan untuk menentukan tunjangan atau bonus karyawan.

Penelitian (Indarto & Ghozali, 2016) menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif signifikan terhadap kemungkinan terjadinya kecurangan laporan keuangan. Jika target ROA tinggi, manajemen akan bekerja keras untuk mencapainya. Ketika ROA perusahaan menunjukkan nilai yang rendah, memungkinkan manajemen untuk memanipulasi laporan keuangan dengan cara meningkatkan keuntungan yang ada.

H3. *Financial target* berpengaruh positif terhadap potensi kecurangan atas laporan keuangan.

Pengaruh *Nature of Industry* terhadap Potensi *Fraudulent Financial Statement*

Nature of industry merupakan cerminan dari perusahaan dalam suatu industri. Lingkungan ekonomi dan peraturan di suatu sektor yang beroperasi, menjadi celah yang memungkinkan bagi perusahaan untuk melakukan praktik kecurangan laporan keuangan. Menurut Summers dan Sweeney (1998) dalam (Aulia, 2018), akun-akun yang sering dimanipulasi dalam laporan keuangan adalah akun

piutang tak tertagih dan persediaan yang telah usang. Persediaan termasuk dalam aset lancar yang rentan terhadap pencurian dan penipuan karena mudah untuk diuangkan. Selain itu, biasanya perusahaan memiliki nilai persediaan yang besar sehingga akun persediaan memiliki pengaruh signifikan pada neraca atau laporan laba rugi (Suprayogi & Purnamasari, 2018).

Studi sebelumnya atas jurnal-jurnal yang ada mengukur *nature of industry* menggunakan rasio perubahan total persediaan dan rasio perubahan total piutang. Hasilnya kedua alat ukur ini membuktikan bahwa *nature of industry* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap potensi kecurangan laporan keuangan. Pada penelitian ini, penulis lebih fokus terhadap perubahan total piutang karena penelitian ini menggunakan rasio perubahan perubahan piutang sebagai indikator *nature of industry*. Atas dasar uraian tersebut, hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H4. *Nature of industry* berpengaruh positif terhadap potensi kecurangan laporan keuangan.

Pengaruh *Auditor Change* terhadap Potensi *Fraudulent Financial Statement*

Rasionalisasi merupakan salah satu faktor yang tidak terpisahkan dari potensi kecurangan atas laporan keuangan. *Rationalization* seringkali dikaitkan dengan sikap dan perilaku seseorang yang membenarkan suatu tindakan yang tidak etis kepada masyarakat luas. Menurut (Suyanto, 2009) dalam (Annisya et al., 2016) berpendapat bahwa rasionalisasi adalah sikap yang memungkinkan seseorang untuk melakukan kecurangan. Pelaku yang terlibat

dalam kecurangan, merasionalisasi kecurangan dengan cara memodifikasi aturan atau kode etik.

Kegagalan audit disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya ialah terjadinya pergantian auditor di perusahaan (Christopher J. Skousen, 2008). Hal ini disebabkan karena auditor eksterenal masih baru dan belum memahami keadaan perusahaan secara keseluruhan. Sehingga kecurangan yang dilakukan tidak terdeteksi oleh auditor eksternal. Oleh karena itu, manajemen akan terus melakukan tindakan kecurangan dan menganggap hal ini merupakan hal yang wajar karena tidak ditemukan auditor eksternal.

Studi sebelumnya atas jurnal-jurnal yang ada mengukur bahwa risiko kegagalan audit lebih tinggi pada tahun-tahun awal masa jabatan auditor dibandingkan dengan tahun selanjutnya. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semakin sering perusahaan melakukan pergantian auditor eksternal, maka semakin tinggi risiko kecurangan laporan keuangan perusahaan. Atas dasar uraian tersebut, hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H5. *Auditor Change* berpengaruh positif terhadap potensi kecurangan laporan keuangan.

Pengaruh *Director Change* terhadap Potensi *Fraudulent Financial Statement*

(Wolfe & Hermanson, 2004) berpendapat bahwa kecurangan dapat terjadi karena ada orang yang memiliki kemampuan untuk melaksanakan kecurangan tersebut. *Capability* menunjukkan kemampuan seseorang untuk melakukan perilaku kecurangan demi mencapai tujuan tertentu. Pergantian direksi adalah

pemindahan wewenang dari pengurus lama kepada pengurus baru dengan tujuan meningkatkan kinerja pengurus sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja pengurus lama kurang atau mungkin mengindikasikan adanya kecurangan laporan keuangan. Pergantian direksi dikatakan berhasil bila pengurus yang baru dapat mencegah dan mengurangi perilaku kecurangan yang terjadi. Sebaliknya, jika direksi yang baru tidak mampu mencegah dan mengurangi kecurangan dalam perusahaan, pergantian direksi tersebut dinyatakan gagal.

Studi sebelumnya atas jurnal-jurnal yang ada mengukur pergantian direksi sebagai alat ukur dari *capability* (kemampuan) untuk mengetahui potensi kecurangan laporan keuangan. Penelitian tersebut berhasil membuktikan bahwa pergantian direksi berpengaruh positif signifikan terhadap potensi kecurangan laporan keuangan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jika semakin sering terjadi pergantian direksi dalam perusahaan, potensi kecurangan laporan keuangan juga tinggi. Atas dasar uraian tersebut, hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H6. *Director Change* berpengaruh positif terhadap potensi kecurangan laporan keuangan

METODOLOGI

Populasi dan Sampel

Objek penelitian yang ada pada penelitian ini menggunakan data sekunder berupa data dari hasil penelitian pada beberapa jurnal-jurnal yang diperoleh melalui Google Scholar. Jurnal yang digunakan membahas mengenai pengaruh *fraud diamond* yang terdiri dari tekanan (*pressure*), peluang (*opportunity*),

rasionalisasi (*rationalization*), dan kemampuan (*capability*) terhadap kecurangan laporan keuangan. Jurnal yang penulis gunakan datanya yaitu jurnal dengan periode penelitian antara tahun 2011 – 2021 dengan rentang waktu terbit jurnal tahun 2018 – 2022.

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probabilistic sampling* dengan metode *purposive sampling*. Metode ini digunakan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai kriteria-kriteia yang ditetapkan. Adapun kriteria yang ditetapkan antara lain sebagai berikut:

- Jurnal-jurnal dengan topik *fraudulent financial statement* atau kecurangan laporan keuangan dengan pencarian melalui situs Google Scholars (<https://scholar.google.com/>) dengan rentang periode terbit antara 2018 – 2022.
- Jurnal penelitian dengan topik *fraudulent financial statement* memiliki variabel *fraud diamond* yang terdiri dari tekanan, kesempatan, rasionalisasi dan kemampuan.
- Jurnal penelitian dengan *F-Score* sebagai proksi variabel kecurangan laporan keuangan.
- Jurnal dengan periode penelitian antara 2011 – 2021.
- Jurnal yang memiliki data dan informasi tersedia secara lengkap dan dapat digunakan untuk kebutuhan analisis.

Dari kriteria-kriteria yang telah ditetapkan diatas, diperoleh sebanyak 20 sampel jurnal dengan hasil proses pengambilan sampel dengan kriteria eksklusif pada tabel berikut.

Tabel 1

Hasil Proses Pengambilan Sampel

No	Keterangan	Jumlah
1.	Total pencarian dengan topik <i>fraudulent financial</i>	61

	<i>statement</i> rentang periode terbit antara tahun 2018-2022	
2.	Penelitian yang tidak menguji variabel independen <i>fraud diamond</i>	(11)
3.	Penelitian yang tidak menggunakan <i>F-Score</i> sebagai proksi kecurangan laporan keuangan	(26)
4.	Periode penelitian tidak sesuai (2011 - 2021)	(0)
5.	Data yang dibutuhkan tidak lengkap	(4)
	Jumlah jurnal yang diteliti tahun 2018-2022	20

Variabel

Variabel Dependen

Variabel dependen atau terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas atau dapat disebut variabel independen, yang menjadi perhatian utama peneliti. Variabel dependen yang ada pada jurnal-jurnal yang digunakan dalam penelitian ini ialah kecurangan laporan keuangan yang diproksikan dengan model *F-Score*.

Variabel Independen

Variabel independen atau kerap disebut variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif ataupun negatif. Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini ialah *fraud diamond* yaitu:

Financial Stability

Pengukuran variabel *financial stability* pada penelitian dalam jurnal yang digunakan, diproksikan dengan *ACHANGE* yaitu rasio perubahan aset selama dua tahun. *ACHANGE* dihitung dengan rumus:

$$ACHANGE = \frac{Total Asset_t - Piutang_{t-1}}{Total Asset_t}$$

External Pressure

Pengukuran variabel *external pressure* pada penelitian dalam jurnal yang digunakan, diproksikan dengan *Leverage (LEV)* yaitu dihitung dengan membagi kewajiban dengan total aset. *Leverage (LEV)* dihitung dengan rumus:

$$LEV = \frac{\text{Kewajiban}}{\text{Total Aset}}$$

Financial Target

Pengukuran variabel *financial target* pada penelitian dalam jurnal yang digunakan, diproksikan dengan *Return on Assets (ROA)* yaitu dihitung dengan membagi laba bersih setelah pajak dengan total aset. *Return on Assets (ROA)* dihitung dengan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Nature of Industry

Pengukuran variabel *nature of industry* pada penelitian dalam jurnal yang digunakan, diproksikan dengan *Receivable (REC)* yaitu rasio perubahan piutang. *Receivable (REC)* dihitung dengan rumus:

$$REC = \frac{\text{Piutang}_t}{\text{Penjualan}_t} - \frac{\text{Piutang}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}}$$

Auditor Change

Pengukuran variabel *auditor change* pada penelitian dalam jurnal yang digunakan, diproksikan dengan *CPA* yaitu variabel *dummy* dengan kode 1 jika ada perubahan auditor dan 0 jika tidak terdapat perubahan auditor.

Director Change

Pengukuran variabel *director change* atau pergantian direksi pada penelitian dalam jurnal yang digunakan, diproksikan dengan *DCHANGE* yaitu variabel *dummy*

dengan kode 1 jika ada perubahan direksi dan 0 jika tidak terdapat perubahan direksi.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik dalam mengumpulkan data dengan menggunakan metode observasi dari beberapa dokumentasi jurnal. Metode observasi yang dimaksud adalah mengumpulkan jurnal yang sesuai dengan judul, mencatat jurnal yang sama dengan yang akan diteliti, lalu mengkaji seluruh data jurnal berupa output hasil penelitian dari jurnal mengenai *fraud diamond* terhadap *fraudulent financial statement* yang dipublish secara umum yang mempunyai periode penelitian antara tahun 2011-2021. Data yang diambil berupa output jurnal, didapat dari hasil pencarian melalui *Google Scholar* (<https://scholar.google.com/>) dengan rentang tahun terbit 2018 – 2022. Serta menggunakan data tertulis lainnya yang diperoleh dari bahan bacaan berupa buku, jurnal penelitian, dan karya tulis lainnya yang berkaitan dengan *fraudulent financial statement*.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk penelitian ini menggunakan metode meta analisis dan bersifat kuantitatif. Meta analisis merupakan metode untuk penggabungan sejumlah data penelitian yang cukup banyak dan data penelitian tersebut akan diringkas dari penelitian sebelumnya (Makowski et al., 2019) dan (Sriawan & Utami, 2015). Prosedur penelitian yang digunakan dalam pengambilan data ini mengikuti penelitian oleh (Angeline, 2017). Tahapan teknis meta analisis dalam penelitian ini meliputi :

a. Melakukan konversi dan transformasi statistik ukuran hasil dari statistik setiap penelitian menjadi suatu ukuran variabel independen yang sudah ditentukan bersama yaitu (r). ukuran dari hasil (r) akan digunakan untuk mengakumulasi, membandingkan, serta mengintegrasikan setiap data variabel independen dari seluruh jurnal.

b. Prosedur rumus yang terdapat pada penelitian dari Hunter Schimdt dalam Lyons (2000) akan digunakan pada sebuah symbol (r) sebagai ukuran hasil efek tiap penelitian yang teliti. Maka dalam penelitian ini hasil t yang merupakan konversi dari (r) akan menghasilkan rumus statistic sebagai berikut:

$$r = \sqrt{\frac{t^2}{(t^2+df)}} \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan :

r = ukuran efek
 t = hasil t statistic
 df = degree of freedom

c. Menghitung korelasi rata-rata dan akumulasi ukuran efek (\bar{r}) dengan rumus:

$$\bar{r} = \frac{\sum(Ni ri)}{\sum Ni} \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan :

\bar{r} = korelasi rata-rata
 Ni = jumlah subjek (sampel) dalam penelitian
 ri = ukuran efek untuk tiap penelitian

d. Menghitung total variance yang diamati dengan rumus

$$S_r^2 = \frac{\sum[Ni (ri - \bar{r})^2]}{\sum Ni} \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan :

S_r^2 = Total varian yang diamati

\bar{r} = korelasi rata-rata
 Ni = jumlah subjek (sampel) dalam penelitian
 ri = ukuran efek untuk tiap penelitian

e. Menghitung *sampling error variance* dengan rumus:

$$S_e^2 = \frac{(1-\bar{r}^2)^2 K}{\sum Ni} \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan :

S_e^2 = *sampling error variance*
 \bar{r} = korelasi rata-rata
 Ni = jumlah subjek (sampel) dalam penelitian
 K = jumlah penelitian dalam analisis

f. Menghitung *variance* populasi sesungguhnya dengan rumus:

$$S_p^2 = S_r^2 - S_e^2 \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan :

S_p^2 = varian populasi sesungguhnya
 S_r^2 = total varian yang di amati
 S_e^2 = *sampling error variance*

g. Pengujian Hipotesis Pendekatan yang dilakukan untuk menguji hipotesis adalah uji Mann Whitney Test. Pada penelitian ini terdapat uji Z untuk tingkat keyakinan interval sebesar 95 % (*confidence interval, α*) dan memakai uji Mann Whitney Test dengan formula sebagai berikut:

$$\left[\bar{r} - S_p^2 Z \alpha ; \bar{r} + S_p^2 Z \alpha \right] = \left[\bar{r} - S_p^2 (1,96) ; \bar{r} + S_p^2 (1,96) \right] \dots\dots\dots (6)$$

Derajat kepercayaan dihitung sebesar 5% untuk kriteria menerima atau mendukung hipotesis. Hipotesis tidak ditolak atau variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen apabila hasil r hitung $>$ r tabel.

Nilai r berkisar diantara -1 sampai +1, termasuk 0. Jika nilai r semakin mendekati angka 1, maka semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan, jika semakin mendekati angka 0, maka semakin lemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai $r = 0$ berarti tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Indarto & Ghozali, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Meta Analisis

Hasil meta analisis dari total sample keseluruhan menunjukkan bahwa analisis terhadap 15 studi yang meneliti *financial stability* (AChange) terhadap *fraudulent financial statement*, menghasilkan nilai *mean correlation* (\bar{r}) = 0.2830 dengan *confidence interval* 95% antara 0.1594; 0.4065. Hasil (\bar{r}) hitung yang lebih besar dari r tabel menunjukkan pengaruh yang signifikan namun lemah dari pengaruh *financial stability* terhadap *fraudulent financial statement*. Hal ini mendukung hipotesis yang diajukan bahwa *financial stability* berpengaruh terhadap *fraudulent financial statement*.

Analisis terhadap 10 studi yang meneliti *external pressure* (LEV) terhadap *fraudulent financial*

statement, menghasilkan nilai *mean correlation* (\bar{r}) = 0.3412 dengan *confidence interval* 95% antara 0.2847; 0.3977. Hasil tersebut menunjukkan adanya pengaruh signifikan *external pressure* terhadap *fraudulent financial statement* dengan korelasi yang lemah. Hasil (\bar{r}) hitung yang lebih besar dari r tabel menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini mendukung hipotesis bahwa *external pressure* berpengaruh terhadap *fraudulent financial statement*.

Meta analisis korelasi *financial target* (ROA) terhadap *fraudulent financial statement* melibatkan 14 studi dengan hasil *mean correlation* (\bar{r}) = 0.2382 dengan *confidence interval* 95% antara 0.1750; 0.3015. Hasil (\bar{r}) hitung yang lebih besar dari r tabel menunjukkan bahwa *financial target* berpengaruh signifikan terhadap *fraudulent financial statement*. Temuan ini mendukung hipotesis bahwa *financial target* berpengaruh terhadap *fraudulent financial statement*. Namun, *financial target* memiliki korelasi yang lemah terhadap *fraudulent financial statement*.

Hasil meta analisis sebanyak 9 studi menunjukkan adanya korelasi *nature of industry* (REC) terhadap *fraudulent financial statement*, didapatkan nilai *mean correlation* (\bar{r}) = 0.2800 dengan *confidence interval* 95% antara 0.2277; 0.3323. Hasil (\bar{r}) hitung yang lebih besar dari r tabel menunjukkan pengaruh yang signifikan namun lemah dari pengaruh *nature of industry* terhadap *fraudulent financial statement*. Hal ini mendukung hipotesis yang

diajukan bahwa *nature of industry* berpengaruh terhadap *fraudulent financial statement*.

Analisis terhadap 14 studi yang meneliti pergantian auditor (CPA) terhadap *fraudulent financial statement*, menghasilkan nilai *mean correlation* (\bar{r}) = 0.1067 dengan *confidence interval* 95% antara 0.1035; 0.1099. Hasil tersebut menunjukkan adanya pengaruh signifikan pergantian auditor terhadap *fraudulent financial statement* dengan korelasi yang lemah. Hasil (\bar{r}) hitung yang lebih besar dari r tabel menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini mendukung hipotesis bahwa pergantian auditor berpengaruh terhadap *fraudulent financial statement*.

Hasil meta analisis sebanyak 19 studi menunjukkan adanya korelasi pergantian direksi (DChange) terhadap *fraudulent financial statement*, didapatkan nilai *mean correlation* (\bar{r}) = 0.1032 dengan *confidence interval* 95% antara 0.0980; 0.1085. Hasil (\bar{r}) hitung yang lebih besar dari r tabel menunjukkan bahwa pergantian direksi berpengaruh signifikan yang lemah terhadap *fraudulent financial statement*. Temuan ini mendukung hipotesis bahwa *financial target* berpengaruh terhadap *fraudulent financial statement*.

Hasil ringkasan meta analisis mengenai pengaruh *fraud diamond* terhadap *fraudulent financial statement* tertera pada tabel 2.

Tabel 2
Ringkasan Hasil Uji Meta Analisis

H	Sampel/ Studi	Variabel Dependen	Variabel Independen	Mean Corelation (\bar{r}), r hitung	R tabel	Hasil	Ket.
H1	1236/15	Fraudulent Financial Statement	Financial Stability (AChange)	0.2830	0.0557	Sig.	Didukung
H2	728/10	Fraudulent Financial Statement	External Pressure (LEV)	0.3412	0.0726	Sig.	Didukung
H3	1434/14	Fraudulent Financial Statement	Financial Target (ROA)	0.2382	0.0517	Sig.	Didukung
H4	954/9	Fraudulent Financial Statement	Nature of Industry (REC)	0.2800	0.0634	Sig.	Didukung
H5	1162/14	Fraudulent Financial Statement	Auditor Change (CPA)	0.1067	0.0575	Sig.	Didukung
H6	1790/19	Fraudulent Financial Statement	Director Change (DChange)	0.1032	0.0463	Sig.	Didukung

Pembahasan

Pengaruh *Financial Stability* terhadap *Fraudulent Financial Statement*

Berdasarkan hasil pengujian meta analisis dapat disimpulkan bahwa *financial stability* (AChange) berpengaruh terhadap *fraudulent financial statement*, sehingga hipotesis 1 diterima. Jika posisi keuangan perusahaan stabil, kemungkinan kecurangan laporan keuangan berkurang. Hal ini karena perusahaan memiliki sistem peringatan dini yang baik untuk stabilitas keuangannya. Hasil ini menunjukkan bahwa kinerja dewan komisaris dan auditor internal sangat baik dalam mengawasi segala tindakan yang dilakukan manajemen, terutama yang berkaitan dengan keuangan. Apalagi nilai pertumbuhan aset suatu perusahaan menunjukkan nilai pertumbuhan yang sebenarnya, jadi bukan karena manipulasi. Oleh karena itu, sekalipun kondisi keuangan perusahaan sedang tidak stabil, manajemen tidak akan melakukan kecurangan. Bila hal ini terjadi, maka perusahaan harus terus memelihara atau menambah sistem pengawasan yang baik agar manajemen tidak terganggu atau curang oleh perubahan stabilitas keuangan perusahaan.

Penelitian ini diperkuat oleh (Khoirunnisa & Amaroh, 2020) bahwa *financial stability* dengan rasio perubahan total aset berpengaruh terhadap identifikasi adanya kecurangan laporan keuangan perusahaan. Namun berbanding terbalik dengan penelitian (Aulia, 2018) bahwa *financial stability* tidak berpengaruh terhadap identifikasi

adanya kecurangan laporan keuangan perusahaan.

Pengaruh *External Pressure* terhadap *Fraudulent Financial Statement*

Berdasarkan hasil pengujian meta analisis dapat disimpulkan bahwa *external pressure* (LEV) berpengaruh terhadap *fraudulent financial statement*, sehingga hipotesis 2 diterima. Semakin besar *external pressure* berdampak pada semakin besarnya kecurangan pelaporan keuangan. Manajemen berkeyakinan bahwa tekanan utang mempengaruhi manajemen untuk melakukan kecurangan. Hal ini bisa terjadi karena perusahaan memilih untuk meningkatkan pendanaannya melalui utang. Dengan keyakinan bahwa modal berbasis hutang akan disuntikkan, proses bisnis perusahaan akan menjadi lebih baik dan lebih baik, profitabilitas bisnis akan meningkat, hutang akan dapat dilunasi dengan lancar, dan potensi penipuan laporan keuangan akan terjadi. dicegah. Namun, semakin tinggi rasio *leverage*, semakin banyak hutang yang dimiliki perusahaan dan semakin besar kemungkinan manajemen akan melakukan kecurangan pada laporan keuangan.

Penelitian ini diperkuat oleh (Kusumawati & Kusumaningsari, 2020) bahwa *external pressure* berdampak pada semakin besarnya kecurangan laporan keuangan perusahaan. Namun, berbanding terbalik dengan penelitian (Aulia, 2018) bahwa *external pressure* tidak berpengaruh terhadap identifikasi adanya kecurangan laporan keuangan perusahaan.

Pengaruh *Financial Target* terhadap *Fraudulent Financial Statement*

Hasil pengujian meta analisis dapat disimpulkan bahwa *financial target* (ROA) memiliki pengaruh terhadap *fraudulent financial statement*, sehingga hipotesis 3 diterima. *Return on Assets* digunakan untuk mengukur efektifitas suatu perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimilikinya untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Perolehan laba yang sesuai dengan target yang telah ditetapkan dapat menarik perhatian investor terhadap perusahaan karena ROA yang tinggi dianggap mampu menghasilkan laba yang tinggi pula. Hal ini membuktikan bahwa tekanan yang berlebihan kepada manajemen untuk mencapai target keuangan yang ditetapkan oleh *stockholders* dapat memicu risiko manipulasi laporan keuangan agar sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

Hasil ini sejalan dengan teori agensi dimana manajemen sebagai pihak agen dituntut untuk dapat semaksimal mungkin mencapai target yang ditetapkan oleh *principal* yaitu pemegang saham yang menginginkan hasil terbaik pada perusahaan. Untuk mengurangi tingkat kecurangan, dibutuhkan perencanaan penetapan target yang baik antara tingginya target dengan kemampuan manajemen perusahaan dalam mencapai target tersebut.

Penelitian ini diperkuat oleh (Mutia Ayuningrum et al., n.d.) bahwa *financial target* berpengaruh signifikan terhadap adanya kecurangan laporan keuangan

perusahaan. Namun berbanding terbalik dengan penelitian (Annisa et al., 2016) bahwa *financial target* tidak berpengaruh terhadap identifikasi adanya kecurangan laporan keuangan perusahaan.

Pengaruh *Nature of Industry* terhadap *Fraudulent Financial Statement*

Berdasarkan hasil pengujian meta analisis dapat disimpulkan bahwa *nature of industry* (REC) berpengaruh terhadap *fraudulent financial statement*, sehingga hipotesis 4 diterima. *Nature of industry* yang diukur dengan rasio perubahan piutang/receivable (REC) menunjukkan semakin tinggi nilai rasio perubahan piutang di suatu perusahaan, semakin tinggi juga potensi kecurangan laporan keuangan yang terjadi. Jika perusahaan memiliki total piutang yang besar, manajemen dapat melakukan kecurangan. Hal ini terjadi karena semakin tinggi nilai piutang suatu perusahaan maka akan semakin besar kemungkinan terjadinya pencurian atau kecurangan laporan keuangan. Piutang merupakan aset perusahaan yang dapat dimonetisasi, sehingga pelaku melakukan penipuan dan pencurian piutang. Selain itu, pelaku penipuan menggunakan piutang sebagai perantara *window dressing*. Hal ini karena piutang merupakan akun-akun yang memiliki nilai riil di neraca.

Untuk menanggulangi kecurangan terhadap piutang, perusahaan harus meningkatkan sistem pengawasan yang ada dan

memperketat sistem piutang yang diterapkan agar terhindar dari piutang tak tertagih. Auditor internal dan dewan komisaris harus bisa mencegah dan mendeteksi kecurangan laporan keuangan khususnya pada akun-akun yang rawan untuk dimanipulasi, salah satunya adalah akun piutang, sebelum diaudit oleh auditor eksternal, dan sebelum laporan keuangan tersebut dipublikasikan.

Penelitian ini diperkuat oleh (Aulia, 2018) bahwa *nature of industry* berpengaruh signifikan terhadap adanya kecurangan laporan keuangan perusahaan. Namun berbanding terbalik dengan penelitian (Annisya et al., 2016) bahwa *nature of industry* tidak berpengaruh terhadap identifikasi adanya kecurangan laporan keuangan perusahaan.

Pengaruh Auditor Change terhadap Fraudulent Financial Statement

Berdasarkan hasil penelitian meta analisis dapat disimpulkan bahwa pergantian auditor berpengaruh terhadap *fraudulent financial statement*, sehingga hipotesis 5 diterima. Perubahan auditor dilakukan oleh perusahaan dengan memperhatikan pelaksanaan peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah. Namun, dalam kondisi tertentu, perusahaan akan mengganti auditor jika diperlukan. Ketidakpuasan perusahaan dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangan untuk mengganti auditor di suatu perusahaan. Perusahaan tentu mengharapkan auditor untuk melakukan yang

terbaik dalam pengawasan, tetapi jika perusahaan tidak puas dengan pekerjaan yang diberikan oleh auditor, maka perusahaan akan mengganti auditor dengan harapan auditor baru akan dapat bekerja seperti yang diharapkan oleh perusahaan.

Perusahaan melakukan pergantian auditor bukan karena menghindari pendeteksian laporan keuangan dari auditor lama, namun karena perusahaan melaksanakan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 20 tahun 2015 pasal 11 ayat 1 yang menyatakan bahwa “pemberian jasa audit atas laporan keuangan terhadap suatu entitas oleh Akuntan Publik dibatasi paling lama 5 (lima) tahun buku berturut-turut”.

Adanya pergantian auditor tidak serta merta menunjukkan adanya kecurangan dalam perusahaan. Tidak dibayar karena tingginya biaya audit atau perbedaan pendapat antara auditor dan auditee adalah masalah umum. Jika masalah terjadi dengan cara ini, maka itu tidak menunjukkan kemungkinan adanya kecurangan.

Ketika auditor diberhentikan atau mengundurkan diri, juga dapat disebabkan karena auditor sebenarnya mengalami kesulitan di tahun pertama dalam mendeteksi laporan keuangan yang curang. Hal ini dapat terjadi jika auditor tidak memiliki pengalaman dan pengetahuan yang cukup, sehingga masih sulit untuk mendeteksi kecurangan. Oleh karena itu, pergantian auditor tidak dapat digunakan sebagai sarana untuk

mendeteksi kecurangan pelaporan keuangan.

Penelitian ini diperkuat oleh hasil sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kusumawati & Kusumaningsari, 2020) bahwa *pergantian auditor* berpengaruh signifikan terhadap adanya kecurangan laporan keuangan perusahaan. Namun berbanding terbalik dengan penelitian (Khoirunnisa & Amaroh, 2020) bahwa *pergantian auditor* tidak berpengaruh terhadap identifikasi adanya kecurangan laporan keuangan perusahaan.

Pengaruh *Director Change* terhadap *Fraudulent Financial Statement*

Dari hasil meta analisis dapat disimpulkan bahwa kemampuan (*capability*) yang diprosikan dengan pergantian direksi memiliki pengaruh terhadap *fraudulent financial statement*, sehingga hipotesis 6 diterima. Semakin sering dilakukan pergantian direksi dapat menimbulkan *stress period* yang menyebabkan semakin terbukanya peluang terjadinya kecurangan. Pelaku kecurangan memiliki kemampuan dalam memanfaatkan kelamahan pengawasan dan kontrol internal untuk melakukan kecurangan. Perekrutan direksi dan pengawasan terhadap direksi yang tidak dilakukan dengan baik dapat memicu terjadinya kecurangan karena adanya kemampuan untuk melakukan kecurangan. Oleh karena itu, pemegang saham harus memiliki sistem perekrutan dan pengawasan yang baik terhadap dewan direksi guna memastikan

bahwa manajemen perusahaan bertindak baik atas nama mereka.

Penelitian ini diperkuat oleh (Ayu Halimah, 2021) bahwa *pergantian direksi* berpengaruh signifikan terhadap adanya kecurangan laporan keuangan perusahaan. Namun berbanding terbalik dengan penelitian (Tri Annisa, 2020) bahwa *pergantian direksi* tidak berpengaruh terhadap identifikasi adanya kecurangan laporan keuangan perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi terjadinya *fraudulent financial statement*. Dalam penelitian ini faktor tersebut dinyatakan dalam lingkup teori *fraud diamond* melalui hasil intergrasi dari beberapa studi jurnal melalui meta analisis yang membuktikan bahwa *financial stability, external pressure, financial target, nature of industry, auditor change*, dan *director change* memiliki pengaruh terhadap terjadinya *fraudulent financial statement* pada perusahaan-perusahaan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Angeline. 2017. Pengaruh Corporate Governance terhadap Manajemen Laba di Indonesia (Studi pada beberapa Skripsi Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Periode 2004 – 2014). *Repository IBII KKG*. Dikutip dari: <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/2342/>
- Aulia, H. 2018. Analisis Fraud Diamond Dalam Mendeteksi Potensi Kecurangan Laporan

- Keuangan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI tahun 2014-2016). *FE UII*. Dikutip dari: https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/6495/SKRIPSI_FEUII_AKUNTANSI_HUDA%20AULIA_14312242_ANALISIS%20FRAUD%20DIAMOND%20DALAM%20MENDETEKSI%20POTENSI%20KECUR.pd f?sequence=1
- Cahyadi, T. S. 2021. The Effect Of Fraud Diamond On Fraudulent Financial Statement In Asia Pacific Companies. *Ultima Accounting, Vol. 13, No. 1*, 143-155. Dikutip dari: <https://ejournals.umu.ac.id/index.php/Akun/article/view/2031>
- Christopher J. Skousen, K. R. 2008. Dikutip dari: <https://www.semanticscholar.org/paper/Detecting-and-Predicting-Financial-Statement-Fraud%3A-Skousen-Smith/09d55645714015680ff59be18bc3063f2e9cabb0>
- Djati, I. O. 2020. Analisis Fraud Diamond Dalam Mendeteksi Financial Statement Fraud. *Jurnal of Accounting Science and Technology Post Graduate Accounting, Vol. 1, No. 1*, 51-59. Dikutip dari: <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/JAST/article/view/2786>
- Eisenhardt, K. M. 1989. Agency Theory: An Assessment and Review. *The Academy of Management Review*, 57-74. Dikutip dari: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296310001657#:~:text=Kathleen%20Eisenhardt%27s%20%281989%29%20article%20%E2%80%9CBuilding%20theories%20from%20case,process%20for%20developing%20theory%20from%20case%20study%20research.>
- Fifi Fironika Anggraini, A. S. 2019. Analisis Fraud Diamond Dalam Mendeteksi Financial Statement Fraud. *Jurnal Riset Akuntansi, Vol. 8 No. 1*, 43-52. Dikutip dari: <http://repository.unmuhjember.ac.id/5946/1/ARTIKEL.pdf>
- Gie. 2020. Dikutip dari: <https://accurate.id/akuntansi/pengertian-laporan-keuangan-contoh-dan-fungsinya/>
- Halmawati, R. T. 2020. Pengaruh Elemen Fraud Diamond Theory Terhadap Financial Statement Fraud (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2018). *Jurnal Eksplorasi Akuntansi, Vol. 2, No. 1*, 2263-2279. Dikutip dari: <http://repository.unp.ac.id/28349/>
- Harindahyani, N. A. 2018. Analisis Fraud Diamond Dalam Mendeteksi Potensi Financial Statement Fraud Pada Perusahaan Lq-45 Periode 2011-2016. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya, Vol. 7, No. 1*, 446-460. Dikutip dari: <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/1171>
- Kurniawati, A. D. (2021). Analisa Fraud Diamond Dalam Pendeteksian Tindakan Financial Shenanigans. *MODUS-Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 33 (2)*, 174-195. Dikutip dari: <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/modus/article/view/4658>
- Nabila Laila, D. P. 2021. Deteksi Kecurangan Laporan Keuangan dengan Analisis Fraud Diamond di Perusahaan Manufaktur.

- Jurnal Akuntabilitas, Vol. 15, No. 2*, 241-262. Dikutip dari: <https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/ja/article/viewFile/13025/6392#:~:text=Kecurangan%20laporan%20keuangan%20>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. 1976. Theory Of The Firm: Managerial Behavior. *Journal of Financial Economics* 3, 305-360. Dikutip dari: [https://josephmahoney.web.illinois.edu/BA549_Fall%202010/Session%205/Jensen_Meckling%20\(1976\).pdf](https://josephmahoney.web.illinois.edu/BA549_Fall%202010/Session%205/Jensen_Meckling%20(1976).pdf)
- Lionny Mutia Ayuningrum, Y. M. 2021. Pengaruh Fraud Diamond Terhadap Kecurangan Dalam Laporan Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *JIAP, Vol. 1, No. 1*, 1-13. Dikutip dari: <http://sisdam.univpancasila.ac.id/uploads/repository/lampiran/DocumentLampiran-11062021214113.pdf>
- Moody, M. 2016. Dikutip dari ACFE Insights: <https://www.acfeinsights.com/acfe-insights/2016/5/31/the-top-5-takeaways-from-the-acfes-report-to-the-nations#:~:text=The%20ACFE%20Report%20to%20the%20Nations%20on,the%20toll%20fraud%20can%20take%20on%20a%20company.>
- Noble, M. R. 2019. Fraud Diamond Analysis in Detecting Financial Statement Fraud. *The Indonesian Accounting Review, Vol. 9, No. 2*, 121-132. Dikutip dari: <https://journal.perbanas.ac.id/index.php/tiar/article/view/1632>
- Pramurza, D. 2021. Analisis Pengaruh Fraud Diamond Dalam Mendeteksi Financial Statement Fraud Pada Perusahaan Subsektor Farmasi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2018. *Yayasan Akrab Pekanbaru, Jurnal Akrab Juara, Vol. 6, No. 1*, 230-250. Dikutip dari: <https://www.akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/1386>
- Rofi, M. R. 2020. Faktor-Faktor Yang Memotivasi Kecurangan Laporan. *Journal of Management and Business Review, Vol. 17, No. 1*, 79-107. Dikutip dari: <https://scholar.archive.org/work/b5ht25i4fjfdcfybej77eg2f7y/access/wayback/https://jmbr.ppm-school.ac.id/index.php/jmbr/article/download/202/pdf>
- Sabaruddin. 2022. Kemampuan Fraud Diamond Mendeteksi Kecurangan Pelaporan Keuangan Dimoderasi Ukuran Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Governance, Vol. 2, No. 2*, 130-140. Dikutip dari: <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/JAGo/article/view/11417>
- Steinbart, R. &. 2014. *Accounting Information Sytem*. Dikutip dari: <https://archive.org/details/accountinginform09romn>
- Tanusdjaja, F. Z. 2022. Pengaruh Faktor-Faktor Fraud Diamond Dalam Mendeteksi Fraudulent Financial Reporting Dengan Moderasi Komite Audit Pada Industri Pertambangan. *Jurnal Ekonomi*, 41-60. Dikutip dari: <http://www.ecojoin.org/index.php/EJE/article/view/863>
- Utami, S. d. 2015. Pemetaan Penelitian Mahasiswa Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar Pendidikan Jasmani Tahun 2013-2015. *Jurnal Pendidikan Jasmani Indonesia, Vol. 11, No. 2*, 82-87. Dikutip

- dari:
<https://journal.uny.ac.id/index.php/jppi/article/view/8183/6854>
- Yulia. 2018. Pengaruh Elemen Fraud Diamond Theory Dalam Mendeteksi Financial Statement Fraud (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016). *FE UNP*. Dikutip dari: <http://ejournal.unp.ac.id/student/index.php/akt/article/view/3807>
- Yuyetta, A. S. 2021. Analisis Determinan Financial Statement Fraud Dengan Pendekatan Fraud Diamond (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Manufaktur yang Terdaftar di BEI pada Tahun 2016 – 2018). *Diponegoro Journal Of Accounting, Vol. 10 (1)*, 1-12. Dikutip dari: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/30230>
- Albrecht, W. S., Albrecht, C. O., Albrecht, C. C., & Zimbelman, M. F. 2012. *Fraud Examination*.
- Annisya, M., Lindrianasari, & Asmaranti, Y. 2016. *Pendeteksian Kecurang Laporan Keuangan Menggunakan Fraud Diamond*. 23(1), 72–89.
- Arens, A. A., Elder, R. J., & Beasley, M. S. 2015. *Auditing & Jasa Assurance* (15th Ed.). Erlangga.
- Aulia, H. (2018). Huda Aulia. *Fe Uii*.
- Ayu Halimah. (2021). Analisis Fraud Diamond Dalam Mendeteksi Kecurangan Laporan Keuangan (Financial Statementfraud). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan, Vol. 8, No. 1*, 43–52.
- Indarto, S. L., & Ghozali, I. 2016. Fraud Diamond: Detection Analysis On The Fraudulent Financial Reporting. *Risk Governance And Control: Financial Markets And Institutions*, 6(4continued1), 116–123.
<https://doi.org/10.22495/Rcgv6i4c1art1>
- Isgiyata, J., Indayani, I., & Budiyoni, E. 2018. Studi Tentang Teori Gone Dan Pengaruhnya Terhadap Fraud Dengan Idealisme Pimpinan Sebagai Variabel Moderasi: Studi Pada Pengadaan Barang/Jasa Di Pemerintahan. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 5(1), 31–42.
<https://doi.org/10.24815/Jdab.V5i1.8253>
- Kayoi, S. A. 2019. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Financial Statement Fraud Ditinjau Dari Fraud Triangle Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 8(4), 1–13.
- Khoirunnisa, A., & Amaroh, S. 2020. Identification Of Cheating Financial Statements On The Company Who Sells In The Jakarta Islamic Index 70: Fraud Diamond Theory Approach. *Jurnal Syarikah P*, 6(1), 67–76.
- Kusumawati, E., & Kusumaningsari, S. D. 2020. Analisis Fraud Diamond Dalam Mendeteksi Financial Statement Fraud. *Proceesing Seminar Nasional & Call For Papers*, 360–376.
- Makowski, D., Piraux, F., & Brun, F. 2019. From Experimental Network To Meta-Analysis Methods And Applications With R For Agronomic And Environmental Sciences. In *France: Springer Nature B.V.*
- Mutia Ayuningrum, L., Murni, Y., &

- Budi Astuti, S. (N.D.). Pengaruh Fraud Diamond Terhadap Kecurangan Dalam Laporan Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. In *Jiap* (Vol. 1, Issue 1).
- Nuha, N., Ambarwati, S., & Lysandra, S. 2021. Analisis Fraud Diamond Dalam Mendeteksi Financial Statement Fraud (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2017-2019). *Jiap*, 1(1), 47–62.
- SAS 99 (Au S. 316). 2002. *Au Section 316 Consideration Of Fraud In A Financial Statement Audit*. 1719–1770.
- Scott, W. R. 2015. Financial Accounting Theory Seventh Edition. In *Financial Accounting*. <https://doi.org/10.4324/9780203784655>
- Sriawan, & Utami, N. S. 2015. Pemetaan Penelitian Mahasiswa Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar Pendidikan Jasmani Tahun 2013-2015. *Jurnal Pendidikan Jasmani Indonesia*, 11(2), 82–87. <https://journal.uny.ac.id/index.php/jpji/article/view/8183>
- Suprayogi, B., & Purnamasari, P. 2018. Pengaruh Fraud Diamond Terhadap Pendeteksian Kecurangan Laporan Keuangan Dengan Menggunakan Beneish M-Score Model. *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi*, 74(12), 38–42.
- Suyanto, S. 2009. Fraudulent Financial Statement: Evidence From Statement On Auditing Standard No. 99. *Gajah Mada International Journal Of Business*, 11(1), 117. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.5539>
- Tri Annisa, R. 2020. Pengaruh Elemen Fraud Diamond Theory terhadap Financial Statement Fraud (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2015-2018). *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 2(1), 2263–2279. <http://jea.pjj.unp.ac.id/index.php/jea/issue/view/19>
- Wolfe, D. T., & Hermanson, D. R. 2004. *The Fraud Diamond: Considering The Four Elements Of Fraud*. 12, 38–42.

SOCIAL MEDIA MARKETING: SOCIAL MEDIA CONTENT, BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS AND PURCHASE INTENTION

Azmil Chusnaini¹, Reizano Amri Rasyid²

^{1,2}Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya

¹Azmilch@unusa.ac.id

Abstract: *Considering that currently only 9.2 million MSMEs have entered the digital ecosystem. Therefore, the priority of this research is to provide education to business people about the importance of using social media marketing to develop their business and achieve their business targets. From the urgency of the problem and the novelty of the study in this study, this research focuses on the influence of social media marketing on product purchase intentions. This research is expected to produce a basis for business activities for business people to be able to understand the importance of using social media as a place for digital marketing and introducing brands. This research is a quantitative research using a questionnaire distributed to 150 respondents. The results of the study explain that social media marketing, social media content, brand image and brand awareness have a positive and significant influence on purchase intentions.*

Keywords: *Social Media Marketing, Purchase Intention, Brand, Marketing*

Abstrak: *Mengingat saat ini UMKM yang sudah memasuki ekosistem digital hanya sebanyak 9,2 juta UMKM. Maka dari itu keutamaan penelitian ini yaitu untuk memberikan edukasi kepada pelaku usaha tentang pentingnya menggunakan sosial media marketing untuk mengembangkan bisnisnya dan mencapai target bisnisnya. Dari urgensi permasalahan serta kebaruan kajian dalam penelitian ini, maka penelitian ini berfokus pada pengaruh sosial media marketing marketing terhadap niat pembelian produk. Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan landasan kegiatan bisnis bagi para pelaku usaha untuk dapat memahami pentingnya penggunaan sosial media sebagai tempat pemasaran digital dan memperkenalkan brand. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 150 responden. Hasil penelitian menjelaskan bahwa sosial media marketing, sosial media konten, brand image dan brand awareness memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian.*

Kata kunci: *Social Media Marketing, Purchase Intention, Brand, Marketing*

PENDAHULUAN

Dalam lingkungan yang kompetitif saat ini, branding merupakan faktor daya saing yang penting yang membedakan barang dan jasa serupa yang diproduksi oleh perusahaan yang berbeda dalam pikiran konsumen dan membuatnya lebih disukai konsumen. Merek, sambil mencerminkan sebuah keaslian, nilai, dan komitmen terhadap barang dan jasa yang diperkenalkan kepada konsumen untuk bisnis, memiliki fungsi mulai dari mengurangi risiko yang terkait dengan barang dan layanan bagi konsumen dan membangun ikatan sosial tanpa mengungkapkan identitas mereka. Di dalam hal, bisnis yang dicapai untuk menjadi merek telah dikategorikan secara berbeda dalam hal barang dan jasa yang mereka tawarkan di antara bisnis lain. Mereka memiliki posisi khusus di pikiran konsumen dan membangun identitas bisnis. Konstruksi identitas ini secara langsung sebanding dengan komunikasi antara merek dan konsumen (Iza Aberdeen & Syamsun, 2016).

Semakin tinggi kekuatan komunikasi antara merek dan konsumen, maka akan semakin tinggi informasi tentang suatu merek. Bagaimanapun, hal penting tentang branding adalah bahwa yang kuat hubungan yang terjalin dengan konsumen memiliki kekuatan untuk mengarahkan pilihan konsumen (Kotler & Keller, 2016).

Salah satu saluran komunikasi umum yang baru-baru ini diterapkan perusahaan dalam kegiatan pemasarannya adalah media sosial. Media sosial dapat didefinisikan sebagai aplikasi online program, platform, atau alat media massa yang memfasilitasi interaksi, kolaborasi, atau konten berbagi antar pengguna pada umumnya (Kim & Ko, 2012). Pengaruh media sosial pada

konsumen perilaku mencakup spektrum aktivitas yang luas mulai dari menginformasikan, berbagi ide, dan sikap untuk memperoleh kesadaran dan pemahaman, dan memvisualisasikan perilaku pasca pembelian tanpa pembelian (Simon & Tossan, 2018). Hal ini membuat bisnis menjadi lebih interaktif dalam komunikasi pemasaran dan untuk menemukan aplikasi inovatif untuk membuat produk dan merek lebih terjangkau melalui upaya pemasaran online melalui saluran komunikasi media sosial. Praktik-praktik ini, yang mengekspresikan aktivitas pemasaran media sosial, termasuk tindakan yang mendorong (Sya'idah et al., 2019). Sosial media ini banyak digunakan pemasar untuk melakukan kegiatan digital marketing. Pemasaran digital memfasilitasi komunikasi dalam jangkauan yang luas karena konektivitas tingkat tinggi dan biasanya digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan secara tepat waktu, relevan, dan hemat biaya. Digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan intensif menggunakan media digital, mulai dari promosi atau penawaran produk hingga penjualan produk. Digital marketing memudahkan para pelaku bisnis untuk memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan konsumen potensial.

Digital marketing juga memudahkan calon konsumen untuk dapat menemukan dan dapatkan informasi produk hanya dengan menjelajah dunia maya. Pembeli sekarang semakin mandiri dalam mengambil keputusan pembelian berdasarkan hasil pencarian yang mereka lakukan kapanpun dan dimanapun. Pemasaran digital dapat menjangkau semua orang di mana pun mereka berada tanpa ada batasan geografis atau waktu.

Dalam penelitian ini terdapat perbedaan penelitian dimana pada penelitian ElAydi (2018) menjelaskan bahwa social media marketing tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap brand awareness. Begitupun pada penelitian Agustin (2019) yang menjelaskan bahwa brand image tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap purchase intention pada hotel. oleh karena itu peneliti ingin mengkaji ulang dengan melakukan tambahan variabel dan objek yang berbeda.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah utama yang dikaji dalam penelitian ini adalah apakah sosial media marketing dapat mempengaruhi brand awareness dan brand image yang kemudian dapat berimpact pada niat pembelian konsumen.

METODOLOGI

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kuantitatif. Hasil temuan dari penelitian ini diperoleh melalui pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner melalui link google form yang disebar kepada 150 responden. Populasi yang ditentukan dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat data primer. Data yang diperoleh kemudian dianalisis melalui SmartPLS 3.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Convergent Validity

Analisis validitas konvergen merupakan uji yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu indikator (Ghozali, 2016). Menurut Chin & Lee (1999), indikator tersebut dapat

dikatakan valid jika dapat memiliki nilai $> 0,6$.

Tabel 1. Convergen Validity

Variabel	Indikator	Outer Loading	Kriteria
<i>Social Media Marketing</i>	SMM1	0.791	Valid
	SMM2	0.712	Valid
	SMM3	0.753	Valid
	SMM4	0.878	Valid
	SMM5	0.609	Valid
<i>Content Marketing</i>	CM1	0.871	Valid
	CM2	0.836	Valid
	CM3	0.898	Valid
	CM4	0.691	Valid
	CM5	0.811	Valid
<i>Brand Awareness</i>	BA1	0.812	Valid
	BA2	0.945	Valid
	BA3	0.984	Valid
	BA4	0.913	Valid
	BA5	0.815	Valid
<i>Brand Image</i>	BI1	0.891	Valid
	BI2	0.932	Valid
	BI3	0.843	Valid
	BI4	0.832	Valid
	BI5	0.824	Valid
<i>Purchase Intention</i>	PI1	0.810	Valid
	PI2	0.811	Valid
	PI3	0.843	Valid
	PI4	0.817	Valid
	PI5	0.867	Valid

Average Variance Extracted (AVE)

The measurement of the AVE value can be used to compare each construct with the correlation between other constructs in the model. The AVE value must have a value > 0.5 (Ghozali & Latan, 2014).

Tabel 2. AVE

Variable	Average Variance Extracted (AVE)
<i>Social Media Marketing</i>	0.613
<i>Content Marketing</i>	0.791
<i>Brand Awareness</i>	0.863
<i>Brand Image</i>	0.884
<i>Purchase Intention</i>	0.716

Composite Reliability and Cronbach's Alpha

Evaluasi reliabilitas komposit dan alpha cronbach dapat digunakan untuk membantu menguji reliabilitas. Berdasarkan (Hair et al., 2014), data dengan nilai reliabilitas gabungan $> 0,7$

memiliki reliabilitas tinggi, sedangkan Cronbach's alpha diharapkan $> 0,6$.

Tabel 3. Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Variable	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
<i>Social Media Marketing</i>	0.803	0.898
<i>Content Marketing</i>	0.813	0.901
<i>Brand Awareness</i>	0.995	0.912
<i>Brand Image</i>	0.971	0.900
<i>Purchase Intention</i>	0.901	0.934

Uji Hipotesis

Hasil pengujian meliputi pengaruh langsung. Tanda (») menunjukkan arah pengaruh antara satu variabel terhadap variabel lainnya. Berikut hasil pengujian hipotesis.

Table 6. Hypothesis Testing

Variable	Original Sample (O)	P Values
Social Media Marketing » Brand Awareness	0.400	0.003
Content Marketing » Brand Awareness	0.490	0.002
Social Media Marketing » Brand Image	0.598	0.001
Content Marketing » Brand Image	0.801	0.000
Brand Awareness » Purchase Intention	0.790	0.000
Brand Image » Purchase Intention	0.711	0.001

Pembahasan

Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness

Pemasaran media sosial merupakan salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh pelaku bisnis yang sukses agar dapat menjadi bagian dari jaringan konsumen online. Selain itu, digital word of mouth mendorong pemasaran media sosial menjadi fenomena pemasaran yang berkembang pesat (Rayat et al., 2017). Hasil dari penelitian mengindikasikan

bahwa social media marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap brand awareness dengan nilai pvalue $0.003 < 0.005$. Artinya semakin baik social media marketing yang dilakukan oleh UMKM maka akan semakin baik ingatan konsumen tentang brand UMKM tersebut. Hal ini didukung dalam penelitian Kim & Ko (2012) yang menjelaskan bahwa penggunaan social media marketing dapat meningkatkan brand awareness suatu produk. Pada penelitian Husniati Sya'idah et al., (2019); Yadav & Rahman (2017) juga menjelaskan bahwa social media marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap brand awareness.

Pengaruh Content Marketing terhadap Brand Awareness

Konten yang menarik menjadi landasan strategi dalam melakukan pemasaran media sosial. Konten yang dibuat harus menarik serta harus mewakili kepribadian dari sebuah bisnis agar dapat dipercaya oleh target konsumen. Content marketing merupakan strategi pemasaran yang digunakan untuk menarik, melibatkan, dan mempertahankan audiens dengan membuat dan membagikan artikel, video, podcast, dan media lain yang relevan. Pendekatan ini membangun keahlian, mempromosikan kesadaran merek, dan mempertahankan brand (Kotler & Keller, 2016).

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara content marketing dan brand awareness dengan nilai pvalue $0.002 < 0.005$. hal ini berarti semakin baik content marketing yang diberikan kepada konsumen maka semakin meningkat pula kesadaran merek terhadap suatu brand. Hal ini didukung dalam penelitian Ahmad et al., (2016); Aprilia et al., (2019); BILGIN (2018) yang menjelaskan bahwa content

marketing dapat memberikan efek positif dan signifikan terhadap peningkatan brand awareness.

Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Image

Pemasaran media sosial didefinisikan sebagai proses di mana perusahaan membuat, mengkomunikasikan, dan menyampaikan penawaran pemasaran online melalui platform media sosial untuk membangun dan memelihara hubungan pemangku kepentingan yang meningkatkan nilai pemangku kepentingan dengan memfasilitasi interaksi, berbagi informasi, menawarkan rekomendasi pembelian yang dipersonalisasi, dan word of mouth di antara para pemangku kepentingan tentang produk dan layanan yang ada dan sedang tren (Yadav & Rahman, 2017). Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa social media marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap brand image dengan nilai pvalue $0.001 < 0.005$. Artinya semakin baik social media marketing yang dilakukan UMKM maka akan semakin baik pula pandangan konsumen tentang merek UMKM tersebut. Hal ini didukung dalam penelitian (Simon & Tossan, 2018) yang menyatakan bahwa UMKM yang menggunakan sosial media marketing cenderung memiliki brand image yang lebih baik daripada UMKM yang tidak menggunakan sosial media marketing. Hal ini tentunya didukung dalam penelitian BILGIN (2018); Raji et al., (2019) yang menjelaskan bahwa sosial media marketing memiliki efek positif dan signifikan terhadap brand image.

Pengaruh Content Marketing terhadap Brand Image

Content marketing merupakan sebuah tren di seluruh dunia dan seringkali

digunakan dalam bauran pemasaran. Menurut content marketing merupakan kegiatan yang efektif digunakan untuk meningkatkan kognitif, emosional dan keterlibatan perilaku konsumen, memperkuat kepercayaan merek pelanggan dan meningkatkan nilai yang dirasakan pelanggan dari suatu merek (Koob, 2021). Penggunaan konten marketing yang dapat meningkatkan brand image sehingga suatu merek memiliki nilai positif dibenak konsumen. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara content marketing dan brand image dengan pvalue $0.000 < 0.005$ artinya semakin baik content marketing yang dihadirkan maka akan semakin baik pula image brand dimata konsumen. Hal ini juga didukung dalam penelitian Koob, (2021); Raji et al., (2019); Seo & Park, (2018) yang menjelaskan bahwa semakin baik content marketing yang dihadirkan UMKM maka akan semakin baikpula pandangan positif konsumen tentang UMKM tersebut.

Pengaruh Brand Awareness terhadap Purchase Intention

Menurut karya Romaniuk, Wight, & Faulkner (2017) brand awareness adalah kapasitas pelanggan tertentu untuk mengenali atau mengingat bahwa merek termasuk dalam kategori produk tertentu. Kesadaran merek sangat kuat terkait dengan kekuatan merek di mata pelanggan, pikiran menghasilkan kapasitas mereka untuk mengenali (mengidentifikasi) merek merek tertentu, ketika konsumen mulai mengenali merek mereka akan cenderung memiliki minat untuk membeli merek tersebut. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa brand awareness memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli konsumen dengan nilai pvalue $0.000 <$

0.005 artinya semakin baik ingatan konsumen tentang suatu brand maka akan semakin meningkatkan minat konsumen untuk membeli brand tersebut. Hal ini tentunya didukung dalam penelitian Iza Aberdeen & Syamsun (2016); Seo & Park (2018); Świtala et al., (2018) yang menjelaskan bahwa brand image memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian konsumen.

Pengaruh Brand Image terhadap Purchase Intention

Brand image merupakan pendorong utama ekuitas merek, yang mengacu pada persepsi dan perasaan umum konsumen tentang sebuah merek dan memiliki pengaruh pada perilaku konsumen. Bagi pemasar, apapun strategi pemasaran perusahaannya, tujuan utama kegiatan pemasarannya adalah untuk mempengaruhi persepsi dan sikap konsumen terhadap suatu merek, membangun citra merek di benak konsumen, dan merangsang perilaku pembelian konsumen, sehingga meningkatkan penjualan, memaksimalkan pangsa pasar dan mengembangkan ekuitas merek (Kotler & Keller, 2016). Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terhadap hubungan positif dan signifikan antara brand image dan niat pembelian dengan pvalue $0.001 < 0.005$ artinya semakin baik persepsi konsumen tentang suatu merek akan menyebabkan semakin tinggipula keinginan konsumen untuk menggunakan merek tersebut. Hal ini tentunya juga didukung dalam penelitian (Zhang, 2015) yang menjelaskan bahwa merek yang memiliki citra baik dimata konsumen dapat meningkatkan niat pembelian konsumen. Hal ini selaras dengan penelitian Iza Aberdeen & Syamsun, (2016); Świtala et al., (2018); Zhang, (2015) yang menjelaskan bahwa

terdapat pengaruh positif antara brand image dan niat pembelian konsumen.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu :

1. Sosial media marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap brand awareness
2. Content marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap brand awareness
3. Sosial media marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap brand image
4. Content marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap brand image
5. Brand awareness memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention
6. Brand image memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. S., Musa, R., & Harun, M. H. M. (2016). The Impact of Social Media Content Marketing (SMCM) towards Brand Health. *Procedia Economics and Finance*, 37, 331–336. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30133-2](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30133-2)
- Aprilia, L., Candraningrum, D. A., & Pandrianto, N. (2019). Strategi Content Marketing Untuk Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Video Aftermovie Djakarta Warehouse Project). *Prologia*, 3(1), 177. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6236>
- BİLGİN, Y. (2018). THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES ON BRAND

- AWARENESS, BRAND IMAGE AND BRAND LOYALTY. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 128–148. <https://doi.org/10.15295/bmij.v6i1.229>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C.M., Ringle, C. M., & Sarstedet, M. (2014). *A Premier On Partial Least Squares Structural Equation Medeling (PLS-SEM)*. California: Sage Publication, Inc.
- Husniati Sya'idah, E., Jauhari, T., Sugiarti, N., & Dewandaru, B. (2019). The Implementation of Digital Marketing towards Brand Awareness. *Proceedings of the International Conference on Social Science 2019 (ICSS 2019)*. <https://doi.org/10.2991/icss-19.2019.35>
- Iza Aberdeen, N., & Syamsun, M. (2016). The Effect of Brand Awareness and Image on Consumer Perceived Quality and Purchase Intension –A Study Case of Carbonated Drink Brand at Bogor City. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 6(8). www.ijsrp.org
- Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business Research*, 65(10), 1480–1486. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.10.014>
- Koob, C. (2021). Determinants of content marketing effectiveness: Conceptual framework and empirical findings from a managerial perspective. *PLOS ONE*, 16(4), e0249457. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0249457>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Global Edition (Vol. 15E). In *Global Edition*.
- Raji, R. A., Rashid, S., & Ishak, S. (2019). The mediating effect of brand image on the relationships between social media advertising content, sales promotion content and behaviuoral intention. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(3), 302–330. <https://doi.org/10.1108/JRIM-01-2018-0004>
- Seo, E.-J., & Park, J.-W. (2018). A study on the effects of social media marketing activities on brand equity and customer response in the airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 66, 36–41. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2017.09.014>
- Simon, F., & Tossan, V. (2018). Does brand-consumer social sharing matter? A relational framework of customer engagement to brand-hosted social media. *Journal of Business Research*, 85, 175–184. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.050>
- Świtała, M., Gamrot, W., Reformat, B., & Bilińska-Reformat, K. (2018). The influence of brand awareness and brand image on brand equity – an empirical study of logistics service providers. *Journal of Economics and Management*, 33, 96–119. <https://doi.org/10.22367/jem.2018.33.06>
- Yadav, M., & Rahman, Z. (2017). Measuring consumer perception of

social media marketing activities in e-commerce industry: Scale development & validation. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1294–1307.

<https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.06.001>

Zhang, Y. (2015). The Impact of Brand Image on Consumer Behavior: A Literature Review. *Open Journal of Business and Management*, 03(01), 58–62.

<https://doi.org/10.4236/ojbm.2015.31006>

THREECLE MODEL: PENERAPAN KEPEMIMPINAN DI PRIMEBIZ HOTEL SURABAYA

Mohamad Yusak Anshori
Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya
yusak.anshori@unusa.ac.id

Abstract: *Primebiz Hotel Surabaya (PBS) is service company (hotel) which its service quality is determined by its human resources. The quality of its human resource much be influenced by hotel leader. Leadership has an important role in the company since leadership will influence the management style, corporate culture, working environment, and values of the company. To resolve human resources management problems, it uses threecle (three circle) model. This model was shaped from the practical management that has been implemented at Primebiz Hotel Surabaya (PBS). In this study, various leadership models are elaborated and discussed at the PBS. The result of the implementation of this model much support the hotel management in making decision and increasing the efficiency as well as the effectiveness in the hotel operation. Implementing this model, it means increasing wisdom and fairness in making decision, especially related with the human resources issues.*

Keywords: *Leadership, Threecle Model, Decision Making, Human Resources Management*

Abstrak: Primebiz Hotel Surabaya (PBS) adalah perusahaan jasa (hotel) yang kualitas layanannya sangat ditentukan dengan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) nya. Kualitas SDM sebuah hotel banyak ditentukan oleh pimpinan hotel. Kepemimpinan memiliki peran yang sangat penting dalam bisnis karena kepemimpinan seseorang akan berpengaruh terhadap gaya manajemen, budaya kerja, suasana kerja, maupun nilai-nilai perusahaan yang dipimpinnya. Untuk menyelesaikan permasalahan manajemen khususnya yang berkaitan dengan Sumber Daya Manusia (SDM) digunakan *Threecle (Three circle) Model*. Model ini dibentuk dari praktek manajemen yang sudah diterapkan di Primebiz Hotel Surabaya (PBS). Pada studi ini, beberapa model kepemimpinan dielaborasi dan didiskusikan untuk Primebiz Hotel Surabaya. Hasil dari penerapan model ini mempermudah manajemen untuk mengambil keputusan dan meningkatkan efisiensi serta efektifitas operasional hotel. Dengan menerapkan model ini, Manajemen PBS dapat lebih meningkatkan keputusan yang lebih bijaksana dan adil dalam mengambil keputusan khususnya yang berkaitan dengan Sumber Daya Manusia (SDM).

Keywords: Kepemimpinan, *Threecle Model, Decision Making, Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM).*

PENDAHULUAN

Primebiz Hotel Surabaya (PBS) adalah salah satu hotel yang bernaung didalam jaringan nasional (*national chain*) Prime Plaza Hotels and Resorts (PPHR) yang mengoperasikan lebih dari 13 hotel di seluruh Indonesia. Dengan motto *The signature of Indonesia Hospitality*, PBS berusaha terus meningkatkan kualitas layanannya melalui peningkatan kualitas SDM yang dimiliki. Keberhasilan perusahaan jasa seperti hotel banyak ditentukan oleh kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki. SDM memiliki peran yang sangat penting dalam bisnis hotel dalam memberikan layanan ke tamu (konsumen). Kualitas SDM sangat mempengaruhi kualitas layanan (*front of the house*) dan kualitas produk (*heart of the house*). Sedangkan baik tidaknya kualitas SDM suatu hotel (perusahaan jasa) ditentukan oleh kemampuan pemimpin dalam mengelola SDM yang dimiliki. Kepemimpinan memiliki peran yang sangat penting dalam mengeksekusi strategi bisnis yang telah direncanakan oleh Primebiz Hotel Surabaya (Salim, dkk, 2021).

Kepemimpinan seseorang akan mewarnai budaya kerja, suasana kerja, maupun nilai-nilai perusahaan yang dipimpinya. Gaya kepemimpinan juga sangat mempengaruhi gaya manajemen yang diterapkan di perusahaan yang dipimpin. Oleh karena itu gaya manajemen perusahaan yang diterapkan dapat dianggap sebagai representasi dari gaya kepemimpinan suatu perusahaan. Inti dari manajemen adalah manusia karena yang memimpin dan yang dipimpin adalah manusia. Meskipun saat ini banyak sekali perusahaan melibatkan teknologi dan meminimalkan Sumber Daya Manusia (SDM) agar lebih produktif dan efisien, tetapi manusia tetap memiliki peran yang sangat penting karena merekalah yang mengatur mesin-mesin teknologi itu.

Prinsipnya, seberapa bagus sistem (teknologi) yang ada didalam perusahaan dibuat tetapi jika kualitas SDM nya jelek, maka SDM tersebut dapat menghancurkan sistem yang telah dibuat. Sebaliknya, seberapa jelek suatu sistem yang ada didalam perusahaan, tetapi jika memiliki SDM yang sangat bagus, maka SDM tersebut dapat memperbaiki sistem yang jelek. Oleh karena itu SDM menjadi hal yang sangat menentukan baik buruknya suatu perusahaan. Pengelolaan SDM bukan hanya menjadi tugas bagian personalia tetapi merupakan tanggung jawab semua pimpinan yang ada baik ditingkat unit bisnis, kepala departemen, maupun kepala bagian. Dengan kata lain, semua orang yang memiliki bawahan layak disebut pimpinan. Pertanyaannya sekarang adalah bagaimana para pimpinan ini dapat mengambil keputusan ke karyawan dengan adil dan bijaksana terhadap karyawan yang dipimpin agar tujuan perusahaan dapat tercapai?

Untuk mempelajari definisi manajemen kita dapat memperhatikan pendapat beberapa pakar manajemen. Diantaranya, Frederick W. Taylor yang percaya bahwa manajemen dan tenaga kerja mempunyai kepentingan bersama dalam meningkatkan produktifitas (Turan, 2015). Sedangkan Pelopor aliran tingkah laku dan ilmu manajemen Mary Parker Follett mengatakan bahwa manajemen adalah seni melaksanakan pekerjaan lewat manusia. Follett membenarkan keyakinan Taylor bahwa pekerja dan manajemen memiliki tujuan yang sama sebagai anggota organisasi, tetapi Follett percaya bahwa perbedaan artifisial antara manajer (pemberi perintah) dan bawahan (penerima perintah) mengaburkan kemitraan alami ini (Yuksel, 2015). Dalam perkembangannya Douglas McGregor yang terkenal dengan Teori X dan Teori Y nya melihat padangan yang berlawanan tentang komitmen manusia

terhadap kerja dalam organisasi. Manajer Teori X oleh McGregor diasumsikan sebagai manusia harus selalu diawasi agar mau berusaha dalam pekerjaan mereka. Manajer Teori Y, sebaliknya mengasumsikan bahwa manusia suka bekerja dan dengan semangat memandang pekerjaan sebagai kesempatan untuk mengembangkannya kemampuan kreatif /tidak perlu diawasi (Lawter, *et. al*, 2015).

KAJIAN PUSTAKA

Kepemimpinan

Winston and Petterson (2006) Mendefinisikan Kepemimpinan adalah satu atau lebih orang yang memilih, melengkapi, melatih, dan mempengaruhi satu orang atau lebih pengikut yang telah memiliki penghargaan, kemampuan, keahlian, dan memfokuskan para pengikutnya untuk mencapai tujuan dan misi organisasi yang menyebabkan para pengikutnya memiliki kemauan dan antusiasme dalam mencurahkan energi spiritual, emosional, dan fisiknya dalam suatu koordinasi konsentrasi untuk mencapai tujuan dan misi organisasi. Sedangkan (Al Khajeh, 2018) mengatakan bahwa gaya kepemimpinan adalah cara yang mana orang-orang diarahkan dan dimotivasi oleh seorang pemimpin untuk mencapai tujuan organisasi. Al Khajeh menguji gaya kepemimpinan terhadap kinerja organisasi. Dari enam gaya kepemimpinan yaitu transformasional, transaksional, otokratik, karismatik, birokratik, dan demokratik, ternyata semua gaya kepemimpinan berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi kecuali karismatik dan transaksional. Gaya Karismatik dan transaksional tidak memberikan kesempatan dan kebebasan untuk karyawan. Hal ini berpengaruh negatif terhadap kinerja organisasi. Adapun baik

tidaknya kinerja organisasi banyak ditentukan oleh kinerja karyawan.

Menurut (Hao & Yazdanifard, 2015) Kepemimpinan yang efektif adalah esensi dalam mengelola perubahan dan perubahan adalah satu-satunya metode untuk menjaga kelangsungan organisasi dalam lingkungan bisnis yang sedang berlangsung saat ini. Dalam mensikapi perubahan setiap orang memiliki sikap yang berbeda. Ada yang tidak merasa nyaman bahkan menolak perubahan. Kepemimpinan yang efektif adalah faktor utama yang dapat membawa perubahan didalam organisasi, jika tidak ada kepemimpinan didalam organisasi maka tidak akan ada peluang untuk perubahan sama sekali (Atkinson, 2015). Oleh karena itu, kepemimpinan memiliki peran yang sangat penting untuk selalu melakukan perbaikan dan inovasi melalui *empowerment* (Dewi & Anshori, 2014). Menurut Anshori (2019) Kepemimpinan transformasional berpengaruh pada kepuasan kerja dan *turnover intention*, sedangkan kepuasan kerja berpengaruh pada *turnover intention*. Jika kepuasan kerja karyawan meningkat maka *turnover intention* akan menurun. Kepemimpinan yang baik akan selalu menjaga kepuasan kerja karyawannya. Dalam perkembangannya Anshori, dkk (2020) mengatakan bahwa kepemimpinan transformasional berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja, dan kepuasan kerja berpengaruh positif pada kinerja karyawan. Untuk menjaga agar kinerja karyawan terus membaik perlu dilakukan *work engagement* dan kompensasi finansial agar karyawan memiliki komitmen terhadap organisasi (Anshori & Karya, 2018).

Dari beberapa pendapat diatas dapat disintesis bahwa sangat penting bagi seorang pemimpin untuk memahami makna kepemimpinan dan berbagai gaya kepemimpinan yang ada. Kemudian menyelaraskan kondisi dan situasi yang ada di organisasi dengan gaya kepemimpinan yang sesuai agar menghasilkan banyak inovasi melalui *engagement* dan *empowerment* terhadap karyawan. Dengan demikian karyawan akan memiliki komitmen pada organisasi sehingga

karyawan memberikan kinerja yang baik. Ketika seluruh karyawan memberikan kinerja terbaiknya maka kinerja organisasi juga akan baik. Kinerja karyawan juga sangat ditentukan oleh tingkat kepuasan karyawan dalam bekerja.

Kepuasan karyawan

Hasil penelitian Ukil (2016) menunjukkan bahwa karyawan yang puas akan memberikan layanan yang lebih baik ke pelanggan. Setiap organisasi seharusnya menekankan agar karyawan mereka puas dalam bekerja. Perusahaan seharusnya mementingkan sistem penghargaan, menawarkan promosi jabatan, dan peluang lainnya untuk kemajuan karyawan, serta menciptakan suasana kerja dimana karyawan dapat bekerja sebagai sebuah tim yang bekerjasama dengan kolega secara adil. Oleh karena itu, Pemimpin memiliki peranan yang sangat penting dalam membantu bawahannya didalam suatu organisasi. Sementara itu, Darma & Supriyanto (2017) berpendapat bahwa kompensasi secara efektif dapat menambah nilai kepuasan karyawan untuk mendorong karyawan agar selalu bekerja lebih baik. Penelitian darma dan supriyanto menunjukkan bahwa kompensasi berpengaruh terhadap kepuasan dan kinerja karyawan. Sedangkan Azic (2017) melihat pentingnya kepuasan hubungan manajemen dan rekan kerjanya yang dapat mempengaruhi kepuasan kerja secara keseluruhan di sebuah hotel (perilaku positif didalam organisasi). Manajer Hotel yang dapat memperbaiki hubungan kerja dengan karyawan yang bekerja dibagian depan (karyawan yang langsung ketemu tamu) akan dapat meningkatkan produktifitas kerja mereka. Disisi lain, Ali & Anwar (2021) berpendapat bahwa *employee engagement* adalah suatu sikap positif terhadap tempat kerja dan merupakan derajat seseorang yang mengikat pada organisasi. Tantangan yang

ada di tempat kerja yang menginspirasi setiap individu untuk lebih mengikatkan diri pada organisasi mereka. Sedangkan (Yoopetch *et.al*, 2021) mengatakan bahwa pembelajaran karyawan, pengetahuan karyawan, dan kepuasan karyawan adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan. Disamping itu, kepuasan karyawan juga dipengaruhi oleh *employee benefits* dan kreatifitas karyawan.

Dari beberapa pendapat diatas dapat disintesaikan bahwa kepuasan karyawan ditentukan oleh dua aspek yaitu materiil (Jasmani) dan immaterial (rohani). Yang termasuk didalam aspek materiil adalah kompensasi (*incentive*) yang biasanya dirupakan uang, hadiah (penghargaan), tempat kerja, promosi jabatan, dan *employee benefits*. Sedangkan aspek immaterial termasuk didalamnya adalah *employee engagement*, hubungan kerja, peningkatan pembelajaran dan pengetahuan karyawan, dan suasana kerja. Seorang pemimpin yang baik akan selalu dapat menyeimbangkan antara aspek materiil dan immaterial sehingga karyawan mendapat kepuasan dalam melakukan pekerjaan. Jika keseimbangan itu tidak dapat dicapai, maka pemimpin harus berani mengambil keputusan yang tidak seimbang selama memberikan hasil yang maksimal untuk organisasi.

Kepuasan pelanggan

Hamzah & Shamsudin (2020) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki peran yang sangat penting bagi kelangsungan hidup suatu organisasi. Oleh karena itu, organisasi perlu menjaga kepuasan pelanggan yang dimiliki agar dapat mempertahankan bahkan meningkatkan pangsa pasarnya. Untuk memenangkan persaingan organisasi harus selalu memperhatikan kenaikan pangsa pasarnya. Sedangkan Koch *et.al*. (2020)

dalam penelitiannya menemukan bahwa perilaku karyawan yang inovatif dan berkelanjutan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya Ali, *et.al.* (2021) menemukan ada empat dimensi kualitas layanan (*empathy, responsiveness, assurance* dan *tangible*) berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan, hanya *reability* yang berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan. Disisi lain Majeed, *et.al.* (2022) menemukan bahwa tiga dimensi *customer engagement* (kontribusi, konsumsi, dan kreasi) berpengaruh terhadap minat beli kembali (*repurchase intention*). Sedangkan kontribusi dan konsumsi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, Shyju, *et.al* (2021) menyarankan agar pimpinan organisasi dibidang pariwisata untuk memperhatikan lingkungan fisik dari bisnis layanan (*service*), kualitas hubungan antara staff dan konsumen, dan pengikatan konsumen yang berkelanjutan (*continuous customer engagement*).

Dari beberapa pendapat diatas dapat disintesis bahwa kepuasan pelanggan memiliki peran yang sangat penting bagi berlangsungnya organisasi (perusahaan). Dengan kepuasan pelanggan ini berarti pelanggan akan membeli lagi (*repurchase*), ketika pembelian Kembali ini terjadi berarti pendapatan organisasi juga akan meningkat. Konsumen akan melakukan pembelian Kembali jika mereka puas dengan kualitas layanan, kualitas produk, fasilitas maupun *ambiance* yang dirasakan oleh pelanggan. Dari sini juga dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan dapat tercapai jika organisasi dapat mensinergikan sumber daya perusahaan (*corporate resources*) yang dimiliki mulai dari karyawan, produk, dan fasilitas lainnya untuk kepuasan pelanggan.

Jika dirangkai antara kepemimpinan, kepuasan karyawan, dan kepuasan pelanggan dapat dituangkan sebagai berikut: seorang pemimpin organisasi (perusahaan)

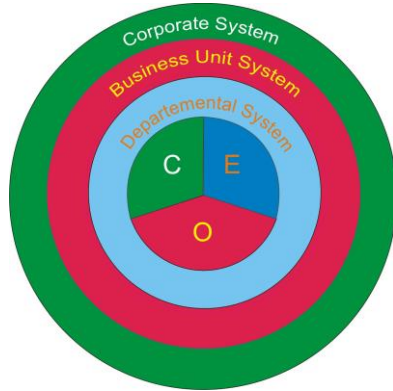
harus mampu memuaskan karyawan yang dimiliki. Jika karyawan merasa puas dalam bekerja, maka mereka juga akan bekerja/melayani pelanggan dengan senang. Jika karyawan melayani pelanggan dengan senang, maka pelanggan juga akan merasa senang (*engagement*). Jika pelanggan merasa senang, mereka akan melakukan pembelian kembali. Jika pelanggan melakukan pembelian kembali, berarti pendapatan organisasi juga akan meningkat. Jika pendapatan organisasi meningkat, maka keuntungan juga akan meningkat. Oleh karena itu sangat penting bagi pemimpin memiliki kemampuan memimpin yang bagus dan dapat memutuskan sesuatu secara tepat agar kepuasan karyawan dapat terus dijaga.

KERANGKA KONSEPTUAL

Tujuan kajian pustaka ini untuk memaparkan konsep *threecle model* yang menitik beratkan pada pentingnya mengelola manusia (SDM). Kemampuan mengelola SDM baik di dalam maupun di luar perusahaan berdasarkan pada kondisi empirik di tempat kerja yang dikaitkan dengan teori manajemen sumber daya manusia (*internal*) dan konsumen (*eksternal*). Threecle merupakan kependekan dari *three in circle* (model tiga lingkaran) yang digunakan untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan (Anshori, *et.al*, 2020). Tiga hal didalam lingkaran tersebut adalah *Chief Executive Officer* (CEO) atau *Customer, Employee, Owner* (CEO) seperti terlihat pada penjelasan gambar 1.

Dari beberapa pendapat pada kajian pustaka diatas dapat kita lihat bahwa faktor manusia (*human*) memiliki peranan yang sangat penting dalam organisasi bisnis. Oleh karena itu, manusia menjadi faktor yang sangat penting sehingga sangat mempengaruhi seluruh bagian organisasi

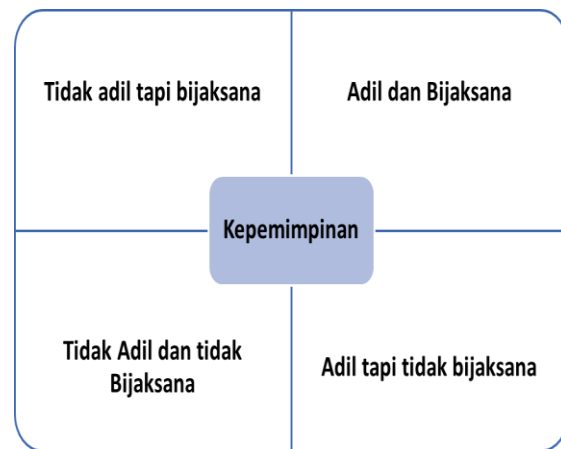
bisnis mulai dari yang paling kecil (*section/department*), unit bisnis, maupun korporasi. Jika dituangkan dalam gambar seperti berikut ini:



Gambar 1: *Threecle Model* oleh M.Y. Anshori

Didalam *threecle model* diatas, CEO memiliki dua makna. Pertama, *Chief Executive Officer* ini berarti pimpinan organisasi bisnis (*human*) yang memimpin dan mengelola perusahaan. Kedua, *Customer, Employee, Owner*. Ini berarti bahwa *Chief Executive Officer* harus mampu mengelola dan menjembatani semua kepentingan atas *Customer, Employee, Owner*. Dimana ketiganya adalah manusia (*human*) juga. *Customer* menginginkan produk/layanan yang bagus dengan harga yang kompetitif, *Employee* menginginkan kesejahteraan, sedangkan *owner* mengharapkan keuntungan yang besar. CEO dengan dua makna tersebut diatas memberikan pengaruh yang sangat kuat pada departemen/ bagian (*Departemental System*), Unit usaha (*Business Unit System*), dan kantor pusat/ korporasi (*Corporate System*). Tarik menarik kepentingan diantara semua komponen yang ada di dalam CEO

inilah menjadikan peranan manajemen menjadi sangat penting. Jika dicermati lebih lanjut dengan menitikberatkan pada manusia (*human*) maka didalam pratek bisnis saya mendefinisikan Kepemimpinan adalah kemampuan untuk memutuskan bersikap adil tapi tidak bijaksana atau tidak adil tapi bijaksana ketika pilihan adil dan bijaksana tidak memungkinkan. Jika dituangkan dalam bentuk matrik akan menjadi seperti berikut ini:



Gambar 2: Matrik Kepemimpinan Oleh M.Y. Anshori

Hal ini berarti jika kita melakukan sesuatu yang adil dan bijaksana semua orang pasti bisa menerima, sehingga kita tidak perlu membahasnya. Demikian juga sebaliknya jika kita bersikap tidak adil dan tidak bijaksana sudah tentu semua orang menolak. Oleh karena itu yang menjadi masalah adalah ketika didalam suatu situasi kita harus memilih bersikap adil tapi tidak bijaksana atau tidak adil tetapi bijaksana. Kondisi ini memaksa kita untuk benar-benar memikirkan dari semua aspek agar kita dapat memutuskan sesuatu yang memberikan hasil optimal bagi perusahaan.

Sebagai contoh ketika ada seorang karyawan meminta izin kepada managernya untuk tidak masuk kerja selama dua bulan guna menunaikan ibadah haji, sedangkan seorang karyawan yang lain meminta izin yang sama (tidak masuk kerja selama dua bulan) untuk mengawasi pembangunan rumahnya. Jika seorang manager memberikan izin keduanya berarti manager tersebut bersikap adil tapi tidak bijaksana. Demikian juga jika manager tersebut memberikan izin kepada karyawan yang akan naik haji tetapi tidak memberikan izin kepada karyawan yang melakukan perbaikan rumah, berarti Manager tersebut bersikap tidak adil tapi bijaksana. Jika Manager memilih adil berarti yang dirugikan adalah perusahaan karena *performance* perusahaan akan terganggu karena dua karyawannya tidak masuk dalam jangka waktu yang lama. Padahal mestinya cukup hanya satu saja yang mengambil izin agak lama. Jika dituangkan dalam bentuk garis akan terlihat sebagai berikut:



Gambar 3: Kepemimpinan dalam Garis

Pada gambar 3 menunjukkan bahwa jika permasalahan tidak adil dan bijaksana atau adil tapi tidak bijaksana, semakin ketengah proses pengambilan keputusannya akan semakin rumit. Oleh karena itu seorang pemimpin dituntut untuk memiliki keberanian (*nyali*) yang cukup untuk memutuskan dengan berbagai konsekwensi logis yang menempel di setiap keputusannya.

KESIMPULAN

Kepemimpinan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan untuk menentukan

arah perjalanan perusahaan kearah yang lebih baik, lebih buruk, atau biasa biasa saja. Seorang pemimpin akan membentuk budaya perusahaan dan nilai-nilai yang dikembangkan diperusahaan. Kepemimpinan, budaya perusahaan, dan nilai-nilai yang ada diperusahaan akan mempengaruhi kinerja perusahaan. Pemimpin yang baik memiliki kemampuan yang kuat dalam mengambil keputusan dan menyelesaikan masalah. Dalam hal penyelesaian masalah yang berkaitan dengan Sumber Daya Manusia (SDM), seorang pemimpin dapat menggunakan *Threecle Model* sebagai dasar mengambil keputusan. Semakin presisi penerapan model tersebut dengan situasi yang dihadapi akan semakin memberikan hasil yang lebih baik bagi perusahaan. Penerapan model tersebut tentunya bisa memberikan hasil yang berbeda dengan kasus yang berbeda meskipun situasinya sama. Demikian juga jika situasi dan kasus nya sama tetapi orang yang terlibat berbeda juga akan memberikan hasil yang berbeda. Seorang pemimpin tidak hanya diharuskan memiliki kemampuan mengambil keputusan dan pemecahan masalah, tetapi juga memiliki kebijaksanaan (*wisdom*). Oleh karena itu kepemimpinan (*leadership*) adalah kemampuan mengambil keputusan bersikap adil tapi tidak bijaksana, atau tidak adil tetapi bijaksana Ketika pilihan adil dan bijaksana tidak memungkinkan.

DAFTAR PUSTAKA

Al Khajeh, E., H. (2018). Impact of Leadership Styles on Organizational Performance. *Journal*

- of Human Resources Management Research*, Vol. 2018, Article ID 687849, DOI: 10.5171/2018.687849. 1-10.
- Ali, B., J. and Anwar, G. (2021). Work Engagement: How Does Employee Work Engagement influence Employee Satisfaction?. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science (IJAEMS)*, 7(6), 10-21.
- Ali, B., Othman, B., J., Ahmed, s., A., Ismael, N., B., Hamza, P.,A., Azis, H.,M., Sabir, B., Y., Sorguli, S., Anwar, G. (2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. *International journal of Engineering, Business and Management (IJEEM)*, 5(3), 14-28.
- Anshori, M.Y. (2019). Analisis Turnover Intention pada Karyawan Primebiz Hotel Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pariwisata*, 14(1), 66-72.
- Anshori, M.,Y., Herlambang, T., Karya, D.F., Muhith, A., Rasyid, R.,A. (2020). Profitability estimation of a Company in PT.ABCD using extended kalman filter. *Journal of Physics: Conference Series* 1538 (012036), 1-6.
- Anshori, M.Y., Karya, D.F. (2018). Analisis Work Engement Pada Karyawan Primebiz Hotel Surabaya. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 23(3), 223-230.
- Anshori, M.Y., Karya, D.,F., Muslihah, N., Herlambang, T. (2020) Analysis of Transformational Leadership Style for employee Performance with Job satisfaction as Intervening Variable. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29 (9s), 3967-3973.
- Atkinson, P., & Mackenzie, R. (2015). Without leadership there is no change. *Management Services*. 59(2), 42-47.
- Azic, M., L. (2017). The Impact of Hotel Employee Satisfaction On Hospitality Performance. *Tourism and Hospitality Management*, 23(1), 105-117.
- Darma, P., S., & Suprianto, A., S. (2017). The Effect Of Compensation On Satisfaction And Employee Performance. *Management and Economics Journal*, 1(1), 69-77.
- Dewi, G., A., R., M., D., Anshori, M.,Y. (2014). Peningkatan Inovasi Melalui Empowerment sebagai Penerapan Entrepreneurship. *Jurnal Entreprenur dan Entreprenurship*, 3(1dan2), 25-38.
- Hamzah, A., A. and Shamsudin, M., F. (2020). Why Customer Satisfaction Is Important To Business?. *Jurnal of Undergraduate Social Science and Technology*. 2(1).
- Hao, M., J., Yazdanifard, R. (2015). How Effective Leadership can Facilitate Change in Organizations through Improvement and Innovation. *Global Journal of*

- Management and Business Research: A Administration and Management*. 15(9). 1-6.
- Koch, J., Gerdt, S., O., Schewe, G. (2020). Determinants of sustainable behavior of firms and the consequences for customer satisfaction in hospitality. *International Journal of Hospitality Management*, 89 (102515). 1-11.
- Lawter, L., Kopelman, R. E., & Prottas, D. J. (2015). McGregor's theory X/Y and job performance: A multilevel, multi-source analysis. *Journal of Managerial Issues*, 27(1-4), 84-101.
- Majeed, M., Asare, C., Fatawu, A., Abubakari, A. (2022). An analysis of the effects of customer satisfaction and engagement on social media on repurchase intention in the hospitality industry. *Cogent Business & Management*, 9(2028331), 1-19.
- Salim, M.V.T, Satrya, I.D.G, Anshori, M.Y., (2021). Strategi Bisnis Primebiz Hotel Surabaya Menghadapi Pandemi COVID-19. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 8(1), 192-212.
- Shyju P.J., Singh, K., Kokkranikal, J., Bharadwaj, R., Rai, S., Antony, J. (2021): Service Quality and Customer Satisfaction in Hospitality, Leisure, Sport and Tourism: An Assessment of Research in Web of Science, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, DOI: 10.1080/1528008X.2021.2012735
- Turan, H. (2015). Taylor's "Scientific Management Principles": Contemporary Issues in Personnel Selection Period. *Journal of Economics, Business and Management*, 3(11), 1102-1105.
- Ukil, M., I. (2016). The Impact Of Employee Empowerment On Employee Satisfaction And Service Quality: Empirical Evidence From Financial Enterprises In Bangladesh. *Verstas: Teorija ir praktika / Business: Theory and Practice*. 17 (2), 178-189.
- Winston, B., W., & Patterson, K. (2006). An Integrative Definition of Leadership. *International Journal of Leadership Studies*. 1(2). 6-66.
- Yoopetch, C.; Nimsai, S.; Kongarchapatara, B. (2021). The Effects of Employee Learning, Knowledge, Benefits, and Satisfaction on Employee Performance and Career Growth in the Hospitality Industry. *Sustainability*, 13(4101), 1-14.
- Yuksel, A., H. (2015), Tracing Back The Signs Of Complexity Thinking In Management: Mary Parker Follett Re-Visited. *Journal of Business and Finance*, 4(3), 523-535.

ANALISIS PENGARUH RASIO LIKUIDITAS DAN RASIO SOLVABILITAS TERHADAP KINERJA KEUANGAN PT. UNILEVER TBK PERIODE 2012 – 2021

Adhi Farhan¹, Asri Nurlaeni², Febriafni Nur Fatma³, M. Iqbal Imanullah⁴,
Nur Rochmah Harmeiny⁵

^{1,2,3,4,5}Prodi S1 Manajemen. Universitas Bina Sarana Informatika

²asrinurlaeni@gmail.com

Abstract: *The purpose of this study is to determine the financial performance of PT Unilever Indonesia Tbk for the period 2012 to 2021 based on an analysis of financial ratios including the Liquidity Ratio and Solvency Ratio. In addition, to find out the description of the liquidity ratio and solvency ratio at PT Unilever Indonesia Tbk. The analysis techniques used in this study are the Liquidity Ratio (current ratio) & (quick ratio), Solvability Ratio (debt to asset ratio) and Financial Performance (gross profit margin). This research example uses the last 10 years, starting from 2012-2021 quoted using the non-probability sampling method with the type of purposive sampling with data collection documentation methods containing secondary data. The statistical description used to measure the hypothesis is by using the multiple linear regression analysis technique of the classical assumption test. The results of this study indicate that the simultaneous processing of the test or f test can be interpreted that the three variables namely Current Ratio (X1), Quick Ratio (X2) and Debt to Asset Ratio (X3) have a significant effect on Gross Profit Margin (Y) Financial Performance in the PT Unilever Tbk company for the 2012-2021 period.*

Keywords: *Current ratio, Quick ratio, Debt to Asset ratio, Gross Profit margin, Financial performance.*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja keuangan PT Unilever Indonesia Tbk periode 2012 sampai 2021 berdasarkan analisis rasio keuangan diantaranya Rasio Likuiditas dan Rasio Solvabilitas. Selain itu juga untuk mengetahui gambaran rasio likuiditas dan rasio solvabilitas pada PT Unilever Indonesia Tbk. Adapun teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah Rasio Likuiditas (current ratio) & (quick ratio), Rasio Solvabilitas (debt to asset ratio) dan Kinerja Keuangan (gross profit margin). Contoh penelitian ini menggunakan 10 tahun terakhir, mulai dari tahun 2012-2021 dikutip dengan menggunakan metode pengambilan sampel non probability sampling dengan jenis purposive sampling dengan pengumpulan data metode dokumentasi yang berisi data data sekunder. Uraian statistik yang digunakan untuk mengukur hipotesis adalah dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda uji asumsi klasik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengolahan uji secara simultan atau uji f maka dapat diinterpretasikan bahwa ketiga variabel yaitu Current Ratio (X1), Quick Ratio (X2) dan Debt to Asset Ratio (X3) berpengaruh signifikan terhadap Gross Profit Margin (Y) Kinerja Keuangan pada perusahaan PT Unilever Tbk periode 2012-2021.

Kata kunci: *Current ratio, Quick ratio, Debt to Asset ratio, Gross Profit margin, Kinerja keuangan.*

PENDAHULUAN

Persoalan keuangan ialah salah satu problem yang sangat penting bagi perusahaan pada perkembangan bisnis. Salah satu tujuan utama mendirikan suatu perusahaan yaitu untuk memperoleh laba sebanyak – banyaknya. Tetapi, tercapai tidaknya perusahaan ketika mendapatkan laba serta mempertahankan perusahaan tergantung terhadap pengelolaan keuangannya. Perusahaan wajib mempunyai kinerja keuangan yang sehat dan efisien untuk mendapatkan laba. Kemampuan perusahaan dalam membentuk keuntungan yaitu dimana kinerja perusahaan tsb sangat sehat dan termanage dengan sangat baik. Sebab laba merupakan salah satu komponen dalam laporan keuangan yang dipakai sebagai alat dalam memperhitungkan baik tidaknya kemampuan perusahaan. Keadaan mensugesti perkembangan perusahaan kedepannya, salah satu faktor yang bisa memberikan gambaran yaitu dengan menganalisis laporan keuangan. Perusahaan perlu menganalisis laporan keuangan karena laporan keuangan digunakan dalam salah satu cara untuk menilai kinerja keuangan dengan perhitungan rasio – rasio keuangan.

Kinerja adalah sesuatu yang ingin dicapai, untuk melakukan sesuatu yang ingin dicapai seseorang. Jadi kinerja perusahaan adalah proses meninjau secara material posisi keuangan suatu perusahaan untuk memberikan solusi untuk membuat keputusan yang tepat dalam jangka waktu tertentu. Analisis laporan keuangan menggunakan perhitungan rasio untuk menilai posisi keuangan masa lalu, sekarang, dan masa depan suatu bisnis. Rasio yang dapat dihitung berdasarkan sumber data antara lain rasio neraca yaitu rasio yang dikumpulkan dari data neraca, rasio-rasio laporan laba-rugi yang dikumpulkan dari data yang diperoleh dari perhitungan laba rugi.

Penyusunan laporan keuangan perlu

dilakukan untuk mengetahui apakah kinerja perusahaan tersebut meningkat atau bahkan menurun dan untuk menganalisis laporan keuangan diperlukan alat analisis keuangan yang salah satunya adalah penggunaan rasio-rasio keuangan. Rasio keuangan tersebut meliputi rasio likuiditas, rasio solvabilitas (leverage), rasio aktivitas, rasio profitabilitas, dan rasio pertumbuhan.

Terkait teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah Rasio Likuiditas (current ratio) & (quick ratio), Rasio Solvabilitas (debt to asset ratio) dan Kinerja Keuangan (gross profit margin) PT Unilever Indonesia Tbk. Likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam menyediakan dana yang cukup untuk memenuhi kewajibannya setiap saat. Secara sederhana arti likuiditas adalah tersedianya uang kas yang cukup apabila sewaktu-waktu diperlukan sedangkan rasio solvabilitas adalah suatu rasio yang berfungsi menilai kemampuan perusahaan dalam melunasi semua kewajibannya/hutang baik dalam jangka pendek, maupun jangka Panjang dengan jaminan aktiva atau kekayaan yang dimiliki perusahaan.

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana kinerja PT Unilever Indonesia Tbk berdasarkan analisis rasio likuiditas (current ratio & quick ratio) periode 2012 – 2021?
2. Bagaimana kinerja PT Unilever Indonesia Tbk berdasarkan analisis rasio solvabilitas (debt to asset ratio) periode 2012 – 2021?
3. Bagaimana kinerja PT Unilever Indonesia Tbk berdasarkan analisis rasio profitabilitas (gross profit margin) periode 2012 – 2021?

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui kinerja PT Unilever Indonesia Tbk berdasarkan analisis rasio likuiditas (current ratio & quick ratio) periode 2012 – 2021.

2. Untuk mengetahui kinerja PT Unilever Indonesia Tbk berdasarkan analisis rasio solvabilitas (debt to asset ratio) periode 2012 – 2021.
3. Untuk mengetahui kinerja PT Unilever Indonesia Tbk berdasarkan analisis rasio profitabilitas (gross profit margin) periode 2012 – 2021.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kinerja Keuangan

Menurut Irham Fahmi (Anastasya and Hidayati 2019) Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Menurut Rudianto (Anastasya and Hidayati 2019) Kinerja keuangan merupakan hasil atau prestasi yang telah dicapai oleh manajemen perusahaan dalam menjalankan fungsinya mengelola asset perusahaan secara efektif selama periode tertentu. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan merupakan analisis data keuangan suatu perusahaan dengan menggunakan data yang benar sehingga hasilnya tepat sasaran dalam menjalankan dan mengelola data/aset perusahaan secara lebih tepat dalam jangka waktu tertentu.

2. Laporan Keuangan

Laporan keuangan menggambarkan kondisi keuangan dan hasil operasi suatu bisnis pada saat periode waktu tertentu sedangkan jenis laporan keuangan yang umum dikenal adalah neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan modal, laporan arus kas dan laporan posisi keuangan. Harahap (Wibisono 2016). Adapun tujuan laporan keuangan menurut Fahmi (Wibisono 2016) adalah untuk membagikan penjelasan keuangan yang terdiri dari peralihan dalam elemen keuangan yang ditujukan terhadap kelompok yang bersangkutan untuk mengukur kemampuan keuangan perusahaan.

3. Analisis Laporan Keuangan

Dalam melakukan analisis laporan

keuangan, analisis keuangan wajib melakukannya secara akurat agar mendapatkan hasil keputusan yang baik. Pemangku kepentingan seperti manajemen, pemerintah, pialang, konsultan keuangan, analis, kreditur, dan investor, sangat bergantung pada manfaat yang diperoleh dari hasil kinerja keuangan dalam suatu perusahaan.

Adapun beberapa para ahli yang mengemukakannya yaitu : Harjito dan Martono (Maiti and Bidinger 1981) Analisis laporan keuangan ialah suatu analisis pada status keuangan di suatu perusahaan dengan menggunakan laba rugi dan neraca yang ada di perusahaan tersebut. Sedangkan menurut Harahap (Maiti and Bidinger 1981) Analisis laporan memiliki arti yaitu penguraian beberapa pos dalam laporan keuangan ke dalam unit informasi yang lebih kecil. Serta meninjau ketertarikannya yang memiliki arti di antara satu dan yang lainnya baik data kuantitatif, atau non-kuantitatif yang bertujuan untuk mengenal kondisi keuangan yang lebih rinci dan sangatlah penting dalam proses mendapatkan keputusan yang efektif. Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa analisis laporan keuangan adalah merinci pos-pos laporan keuangan yang menyangkut laba rugi dan neraca untuk memperoleh informasi yang lebih rinci mengenai status keuangan suatu perusahaan dalam proses pengambilan keputusan yang efektif.

4. Rasio Keuangan

Rasio keuangan adalah kegiatan membandingkan angka-angka dalam laporan keuangan dengan membagi satu angka dengan angka lainnya (Kasmir, 2012: 104). Perbandingan dapat dilakukan antara satu komponen dengan komponen lain dalam satu laporan. Rasio keuangannya adalah angka yang diperoleh dari perbandingan satu pos laporan keuangan dengan pos lainnya yang memiliki hubungan yang relevan dan

signifikan (Harahap, 2013:297). Pada dasarnya, rasio keuangan adalah perbandingan. dari pos-pos dalam informasi keuangan diperlukan akan bertambah eksposisi tertentu. Analisisnya bisa dilakukan dengan membandingkan rasio perusahaan terhadap industry (Wibisono 2016). Menurut Raharjaputra (Elnisyah 2014) rasio keuangan memiliki lima inti atau lima utama, yaitu diantaranya :

- a. Rasio Likuiditas, yaitu rasio yang menaksir kapasitas perusahaan dalam melengkapi kewajiban jangka pendeknya yang telah habis masa.
- b. Rasio Solvabilitas, yaitu rasio yang menaksir seberapa jauh atau seberapa besar perusahaan dibiayai atau dibiayai dengan utang.
- c. Activity Ratio, yaitu rasio yang menaksir seberapa berhasil perusahaan memanfaatkan sumber dayanya.
- d. Rasio Profitabilitas, yaitu rasio yang menaksir seberapa besar kemampuan pengelolaan perusahaan yang dibuktikan dengan kekuatan mewujudkan laba yang mampu mewujudkan nilai tambah ekonomi perusahaan.

Pada penelitian ini penulis hanya mengambil beberapa dari rasio keuangan yaitu Rasio Likuiditas (current ratio & quick ratio), Rasio Solvabilitas/Leverage (dept to asset ratio) dan Rasio Profitabilitas (gross profit margin).

a. Current Ratio

Menurut Hanafi dan Halim (Insan and Purnama 2021), rasio lancar adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi utang jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancar. Menurut Fahmi (2012:121), rasio lancar adalah skala solvabilitas jangka panjang yang umum dipakai. Singkatnya, kebutuhan perusahaan untuk memenuhi hutangnya yang jatuh tempo.

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva lancar}}{\text{Kewajiban lancar}} \quad (1)$$

b. Quick Ratio

Menurut Fahmi (2012: 125), merupakan ukuran uji solvensi jangka pendek yang lebih tepat. Menurut (Insan and Purnama 2021) Rasio Cepat memperlihatkan kapasitas aset lancar paling likuid untuk menutup hutang lancar, karena membandingkan jumlah aset lancar dikurangi persediaan dengan total kewajiban lancar.

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aktiva lancar}-\text{Persediaan}}{\text{Kewajiban lancar}} \quad (2)$$

c. Debt To Asset Ratio

Rasio utang yang digunakan untuk mengukur berapa banyak aset perusahaan yang dibiayai oleh hutang atau berapa hutang perusahaan mempengaruhi manajemen aset. Triknya adalah membandingkan antara total hutang dan total asset (Lifany et al. 2017).

$$\text{Dept to Asset Ratio} = \frac{\text{Total kewajiban}}{\text{Total asset}} \quad (3)$$

d. Gross Profit Margin

Margin laba kotor adalah persentase laba kotor dibandingkan dengan penjualan (Syamsuddin, 2011). Semakin besar margin laba kotor, semakin baik kondisi operasi di perusahaan, karena menunjukkan bahwa harga pokok penjualan relative lebih rendah dari penjualan.

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan}} \quad (4)$$

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini spasimen yang diambil adalah Data dalam observasi ini bersumber dari laporan triwulan pada laporan keuangan auditan PT Unilever Indonesia Tbk periode 2012-2021. Adapun penelitian ini, penulis mengambil objek penelitian pada PT Unilever Indonesia Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan cara mengakses data dari website resmi perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk yaitu <https://www.unilever.co.id>. Desain dalam penelitian yang digunakan adalah desain penelitian studi kasus pada PT Unilever Tbk.

Penelitian ini menggunakan Jenis metode penelitian kuantitatif regresi linier berganda dengan uji asumsi klasik, teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan jenis purposive sampling dengan pengumpulan data metode dokumentasi yang berisi data data sekunder, hasil data yang diperoleh akan dianalisis secara deskriptif baik bersifat kuantitatif dan kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yang menghitung rasio-rasio dalam suatu perusahaan dengan menggunakan rumus-rumus. dari setiap variable-variable yang diambil dalam studi kasus pada penyusunan jurnal ini.

Adapun hipotesis dari rumusan penelitian ini sebagai berikut

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap suatu masalah yang masih bersifat dugaan karena masih dibuktikan kebenarannya. Jadi hipotesis yang dapat diuji sebagai berikut :

H1 : Pengaruh current ratio secara parsial terhadap kinerja keuangan

H2 : Pengaruh quick ratio secara parsial terhadap kinerja keuangan

H3 : Pengaruh debt to asset ratio secara parsial terhadap kinerja keuangan

H4 : Pengaruh current ratio, quick ratio dan debt to asset ratio secara simultan terhadap kinerja keuangan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan software SPSS 22 untuk windows dengan menguji regresi linier berganda yang adalah analisis untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variable terikat.

1. Pengujian Asumsi Klasik

1.1 Uji Normalitas

Menurut Sugiono (2011:149) uji normalitas

bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Pada uji ini akan menggunakan table Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi sebesar 0,05 atau 5%.

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		40	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.68292119	
Most Extreme Differences	Absolute	.165	
	Positive	.149	
	Negative	-.165	
Test Statistic		.165	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.008 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.205 ^d	
	99% Confidance Interval	Lower Bound	.194
		Upper Bound	.215

Sumber : Pengolahan Hasil Data SPSS

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Berdasarkan hasil gambar spss diatas hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi $0,205 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

1.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Imam Ghazali (2011:107-108) Tidak terjadi gejala multikolinearitas, jika nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,0$. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji dan mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi antar independen.

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	29,558	8,079		3,659	,001		
CR	-,153	,076	-,334	-2,020	,051	,636	1,572
QR	,372	,088	,698	4,223	,000	,635	1,575
DAR	,196	,080	,332	2,437	,020	,937	1,067

a. Dependent Variable: GPM

Sumber : Pengolahan Hasil Data SPSS

Berdasarkan dari hasil olah data tabel diatas, diperoleh nilai tolerance untuk variable CR sebesar $0.636 > 0.10$, QR sebesar $0.635 > 0.10$, dan DAR sebesar $0.937 > 0.10$, nilai VIF untuk variable CR sebesar $1,572 < 10,00$. nilai VIF untuk variable QR $1,575 < 10,00$. dan nilai VIF untuk variable DAR $1,067 < 10,00$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

1.3 Uji Autokorelasi

Menurut Imam Ghozali (2011:111) Tidak ada gejala autokorelasi, jika nilai Durbin Watson terletak antara du sampai dengan (4-du). Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi adalah Uji Durbin-Watson.

Tabel 3 Hasil uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,414 ^a	,172	,103	4,41590	2,256

a. Predictors: (Constant), DAR, CR, QR

b. Dependent Variable: GPM

Berdasarkan hasil gambar spss diatas hasil uji autokorelasi Durbin Watson yaitu

- n : 40
- d : 2,256
- dl : 1,338
- du : 1,659
- 4-dl : $4 - 1,338 = 2,662$
- 4-du : $4 - 1,659 = 2,341$

Jika $dU < d < 4-dU$ maka hipotesis nol diterima, artinya Tidak terdapat autokorelasi.

Hasil = $dU < d < 4-dU$
 $= 1,659 < 2,256 < 2,341$

Kesimpulan = Tidak Terdapat Autokorelasi.

2. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Penentuan pengaruh variabel independen yaitu Current Ratio (CR), Quick Ratio (QR) dan Debt to Asset Ratio (DAR) terhadap Gross Profit Margin (GPM) sebagai variabel dependent.

Tabel 4 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	29,558	8,079		3,659	,001
CR	-,153	,076	-,334	-2,020	,051
QR	,372	,088	,698	4,223	,000
DAR	,196	,080	,332	2,437	,020

a. Dependent Variable: GPM

Berdasarkan Tabel hasil gambar spss diatas, dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

GPM = 29,558 - 0,153 CR + 0,372 QR + 0,196 DAR + e

- 1) Konstanta sebesar 29,558 menyatakan bahwa bila variabel-variabel independen yaitu CR, QR dan DAR diasumsikan bernilai konstan, maka variabel dependen (GPM) mempunyai nilai positif sebesar 29,558.
- 2) Koefisien regresi (b1) variable CR (X1) sebesar -0,153 yang artinya menyatakan bahwa variabel CR berdampak negatif atas GPM yang berarti setiap terjadi peningkatan pada variabel CR sebesar satu-satuan, maka GPM akan mengalami penurunan sebesar 0,153 dengan asumsi variabel lainnya tetap atau

konstan.

- 3) Koefisien regresi (b2) variable QR (X2) sebesar 0,372 yang artinya menunjukkan bahwa variabel QR berpengaruh positif terhadap GPM yang berarti setiap terjadi kenaikan pada variabel QR sebesar satu-satuan, maka GPM akan mengalami peningkatan sebesar 0,372 dengan asumsi variabel lainnya tetap atau konstan.
- 4) Koefisien regresi (b3) variable DAR (X3) sebesar 0,196 yang artinya menunjukkan bahwa variabel DAR berpengaruh positif terhadap GPM yang berarti setiap terjadi peningkatan pada variabel DAR sebesar satu-satuan, maka GPM akan mengalami peningkatan sebesar 0,196 dengan tesis variabel lainnya tetap atau konstan.

3. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Tabel 5 Hasil Uji Parsial (Uji T) Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	29,558	8,079		3,659	,001
CR	-,153	,076	-,334	-2,020	,051
QR	,372	,088	,698	4,223	,000
DAR	,196	,080	,332	2,437	,020

a. Dependent Variable: GPM

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai $df = n - k$ yaitu $40 - 4 = 36$ dan diperoleh nilai $t_{tabel} = 2,028$ pada nilai $Sig \alpha = 0,05$ maka nilai thitung dan signifikansi variabel independen yaitu :

- 1) Variabel Current Ratio (X1) memiliki nilai thitung sebesar -2,020 dan nilai $t_{tabel} = 2,028$ sedangkan nilai signifikan untuk Current Ratio sebesar $0,051 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Current Ratio (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Gross Profit Margin (Y) pada perusahaan PT Unilever Tbk

periode 2012 – 2021. Dengan begitu hipotesis 1 yang menyatakan “Diduga current ratio berpengaruh secara parsial terhadap kinerja keuangan pada PT Unilever Tbk periode 2012 – 2021” ditolak.

- 2) Variabel Quick Ratio (X2) memiliki nilai thitung sebesar 4,223 dan nilai $t_{tabel} = 2,028$ sedangkan nilai signifikan untuk Quick Ratio sebesar $0,000 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Quick Ratio (X2) berpengaruh signifikan terhadap Gross Profit Margin (Y) pada perusahaan PT Unilever Tbk periode 2012 – 2021. Dengan begitu hipotesis 2 yang menyatakan “Diduga quick ratio berpengaruh secara parsial terhadap kinerja keuangan pada PT Unilever Tbk periode 2012 – 2021” diterima.
- 3) Variabel Debt to Asset Ratio (X3) memiliki nilai thitung sebesar 2,437 dan nilai $t_{tabel} = 2,028$ sedangkan nilai signifikan untuk Quick Ratio sebesar $0,020 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Debt to Asset Ratio (X3) berpengaruh signifikan terhadap Gross Profit Margin (Y) pada perusahaan PT Unilever Tbk periode 2012 – 2021. Dengan begitu hipotesis 3 yang menyatakan “Diduga debt to asset ratio berpengaruh secara parsial terhadap kinerja keuangan pada PT Unilever Tbk periode 2012 – 2021” diterima.

Tabel 6 Hasil Uji Simultan (Uji F) ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	317,649	3	105,883	7,206	,001 ^b
Residual	528,992	36	14,694		
Total	846,641	39			

a. Dependent Variable: GPM

b. Predictors: (Constant), DAR, CR, QR

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas, pada hasil analisis tersebut diperoleh, Fhitung sebesar $7,206 > F_{tabel} 2,86$ dengan nilai

signifikan sebesar 0,001 yang dimana bernilai lebih kecil daripada 0,05 sehingga H_0 ditolak serta H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel rasio likuiditas (Current Ratio) & (Quick Ratio) dan rasio solvabilitas (Dept to Asset Ratio) secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Gross Profit Margin pada perusahaan PT Unilever Tbk periode 2012 – 2021.

Tabel 7 Uji Koefisien Determinasi (R²)Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,613 ^a	,375	,323	3,83331

a. Predictors: (Constant), DAR, CR, QR

b. Dependent Variable: GPM

Berdasarkan tabel diatas yang sudah diolah maka dihasilkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,323 atau 32%. Yang artinya variabel CR, QR dan DAR mempengaruhi terhadap GPM sebesar 32%. Sedangkan sisanya sebesar 68% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Current Ratio (X1) secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Gross Profit Margin (Y) pada perusahaan PT Unilever Tbk periode 2012-2021.
2. Quick Ratio (X2) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Gross Profit Margin (Y) pada perusahaan PT Unilever Tbk periode 2012-2021.
3. Debt to Asset Ratio (X3) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Gross Profit Margin (Y) pada perusahaan PT Unilever Tbk periode 2012-2021.

4. Dari hasil pengolahan uji secara simultan atau uji f maka dapat diinterpretasikan bahwa ketiga variabel yaitu Current Ratio (X1), Quick Ratio (X2) dan Debt to Asset Ratio (X3) berpengaruh signifikan terhadap Gross Profit Margin (Y) Kinerja Keuangan pada perusahaan PT Unilever Tbk periode 2012-2021.

DAFTAR PUSTAKA

- Anastasya, Shinta, and Cholis Hidayati. 2019. Analisis Rasio Keuangan Dan Common Size Untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Kosmetik Dan Peralatan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015. *JEA17: Jurnal Ekonomi Akuntansi* 4(02):51–66.
- Maiti, and Bidinger. 1981. Analisis Laporan Keuangan. *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.
- Wibisono, Septian Adi. 2016. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Otomotif Di Bei. *Ilmu Dan Riset Manajemen* 5(12):1–24.
- Elnisyah, F. (2014). Pengaruh Current Ratio, Quick Ratio, Debt Ratio, Debt to Equity Ratio dan Inventory Turnover Terhadap Return On Investment Pada Perusahaan Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012. *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji*.
- Lifany, Lie, D., Efendi, & Halim, F. (2017). Pengaruh Likuiditas Dan Solvabilitas Terhadap Profitabilitas Pada Pt Unilever Indonesia, Tbk. Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen*, 3(1), 57–63.
- Khadija Khaerunnisa, Nurul Qomari, H. K. (2021). Analisis Pengaruh Rasio Keuangan terhadap Dividend Payout Ratio pada Perusahaan *Food And*

Baverange yang Terdaftar di BEI. 1(April), 166–176.

Alcianno G. Gani. (2020). Analisis Rasio Keuangan Untuk Menilai Kinerja Perusahaan Pada Pt Unilever Indonesia Tbk Periode 2012-2016.

Jurnal Mitra Manajemen, 11(1).

Samosir, G. D., Pangaribuan, P. M., Habeahan, S. W. H., Sembiring, S. A. T., & Amelia, J. B. L. (2019). Pengaruh Acid Test Ratio, Debt To Assets Ratio dan Gross Profit Margin Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017. *Akrab Juara*, 4 : 2, 200–211.

Aprilia, A., & Soebroto, N. W. (2020). Analisis Pengaruh Rasio Likuiditas, Efisiensi Operasi, Dan Rasio Solvabilitas Terhadap Kinerja Keuangan Pada Pt Bank Maybank Indonesia Tbk Periode 2010-2018. *Keunis*, 8(2), 167. <https://doi.org/10.32497/keunis.v8i2.2115>

Insan, A. F., & Purnama, I. (2021). Pengaruh Current Ratio Dan Quick Ratio Terhadap Perubahan Laba Pada Pt. Akasha Wira Internasional Tbk. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 68–78.

PENGARUH MANAJEMEN LABA TERHADAP KINERJA KEUANGAN DENGAN PENGUNGKAPAN CSR (*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*) SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN PEMENANG *ANNUAL REPORT AWARD* TAHUN 2018 – 2020

Rosmawati¹

¹Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Khairun Ternate

Abstract: *Every competition does not rule out the practice of manipulating data by managers (earnings management). Hence the need for a study to determine the impact of earnings management and Corporate Social Responsibility on the company's performance. The purpose of this study was to measure the influence of the independent (independent), dependent (bound), and moderated variables which were carried out in testing using the SPSS for Windows 20 program. The regression results obtained in the first model obtained a significance of 0.125 (not significant) while CSR disclosure obtained the significance level is 0.002 (significant) and for the three interaction variable models (DAC*csri) it shows a significance value of 0.743 which means it is not significant. These results indicate that the measurable variable, in this case the CSR disclosure variable, cannot moderate the effect of earnings management variables but can be treated as a predictor (independent) variable.*

Keywords: ARA Winners, Profit Management, Social Responsibility, Financial Performance

Abstrak: Setiap kompetisi tidak menutup kemungkinan adanya praktik memanipulasi data yang dilakukan manajer (manajemen laba). Maka perlunya suatu penelitian untuk mengetahui dampak manajemen laba dan Corporate Social Responsibility terhadap kinerja perusahaan tersebut. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh variabel independen (bebas), dependen (terikat), dan dimoderasi yang dilakukan dalam pengujian menggunakan program SPSS for Windows 20. Hasil regresi yang diperoleh pada model pertama memperoleh signifikansi sebesar 0,125 (tidak signifikan) sedangkan pengungkapan CSR memperoleh tingkat signifikansi 0,002 (signifkan) dan untuk model ke tiga variabel interaksi (DAC*csri) menunjukkan nilai signifikansi 0,743 artinya tidak signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel terukur dalam hal ini variabel pengungkapan CSR tidak dapat memoderasi pengaruh variabel manajemen laba melainkan dapat diberlakukan sebagai variabel predictor (independen).

Kata Kunci : Pemenang ARA, Manajemen Laba, Tanggung Jawab Sosial, Kinerja Keuangan

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk mencari laba (keuntungan) yang semaksimal mungkin bagi perusahaannya dan jika perusahaan tersebut telah dapat mencapai tujuan itu maka dinilai memiliki suatu kinerja perusahaan yang baik. (Francis Hutubarat, 2020). Untuk itu suatu analisis pada kinerja yang dilakukan perusahaan sangatlah penting, tidak hanya bagi para *stakeholders* namun juga untuk perusahaan itu sendiri. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor publik, jika perusahaan itu tidak memiliki kinerja yang baik maka dapat mempengaruhi pasar saham dan juga para pemegang saham untuk melepas kepemilikan saham perusahaan maupun membeli.

Kesadaran perusahaan akan pentingnya penilaian kinerja juga tidak dapat mengabaikan soal citra suatu perusahaan yang sering ditampilkan dalam media massa jika berkonotasi buruk maka jelas dapat mengganggu kelancaran kegiatan operasional perusahaan dan tidaklah kondusif untuk meningkatkan produktivitas. dalam masyarakat dewasa ini mulai menyadari bahwa setiap perusahaan dalam hal ini pelaku usaha tidaklah dapat berkembang apabila menutup mata dari tindakan yang tidak mengetahui status dan kondisi lingkungan dimana mereka melakukan aktifitas usaha.

Dengan demikian, bentuk implementasi dalam tanggung jawabnya terhadap lingkungan sosial perusahaan perlu dilakukan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukan hanya bersifat tanggung jawab, akan tetapi juga merupakan kewajiban yang patut dilaksanakan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu bentuk kewajiban yang harus dilakukan dan dijadikan perannya sebagai bisnis serta haruslah dijadikan bagian dari suatu kebijakan bisnis. (Nanda Miranda, 2021).

Sebagai keterbukaan informasi, CSR dan keseluruhan aktifitas perusahaan sudah menjadi kewajiban untuk diungkapkan pada masyarakat. Dalam mengungkapkan aktivitas pada *annual report* (laporan tahunan) yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial, setiap orang dapat melihat bagaimana perusahaan menjalankan usaha terkhusus pada perusahaan yang sektor usahanya berkaitan dengan lingkungan dan bagaimana perilaku manajemen laba bekerja dalam memaksimalkan

kinerja keuangan dapat diketahui, apakah pengurangan perilaku manajemen laba atau sebaliknya.

Perusahaan untuk mencapai target laba, tercermin dari manajemen yang akan menggunakan suatu kebijakan akuntansi yang berkaitan, agar supaya laba dari perusahaan dapat diatur. Penggunaan kebijakan akuntansi di maksudkan agar suatu perusahaan dapat berupaya menaikkan laba atau menurunkan laba yang diperoleh dengan menyesuaikan kebutuhan maupun keinginan dari manajemen dengan tujuan laporan keuangan perusahaan dapat terlihat baik dimata pihak tertentu. Gambaran perilaku manajemen pada penjelasan diatas dapat di istilahkan sebagai praktik manajemen laba (Kurnia C.L dan Oki Wulandari, 2019).

Menurut Secott (2011), Praktik manajemen laba merupakan kegiatan yang dilakukan manajerial dalam mengintervensi dan mempengaruhi laporan keuangan. Satu dari berbagai masalah yang biasanya menuntut para manajer adalah bagaimana menentukan berapa banyak aktifitas usaha yang dilakukan dalam menjalankan perusahaan sebagai perwakilan dari pemegang saham. Sehingga kegiatan usaha yang berorientasi dalam pencapaian keuntungan (laba) dapat menimbulkan seorang manajer akan melalaikan kewajiban yang semestinya.

Dari penelitian ini untuk mencari kesinambungan antara penjelasan diatas penelitian ini memfokuskan pada suatu kompetisi tahunan atau dikenal dengan *Annual Report Award*. Suatu kompetisi tahunan yang dimaksudkan sebagai bentuk apresiasi kepada perusahaan yang memiliki keterbukaan dalam menginformasikan laporan tahunan sehingga pemenang akan diberikan kepada perusahaan yang memenuhi kriteria integritas laporan keuangan.

Annual Report Award (ARA) adalah penghargaan laporan tahunan yang diberikan pada perusahaan berdasarkan standar yang telah ditetapkan. ARA dimaksudkan untuk mendorong perusahaan menciptakan sinergi dan mendorong penerapan Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*Good Corporate Governance*).

Dari fenomena diatas dapat kita menarik suatu kesimpulan bahwa perusahaan dalam pelaporan laba rugi perusahaan mengalami peningkatan fluktuasi pada laba bersih yang

pada tahun sebelumnya mengalami penurunan atau kerugian. Akibatnya, penelitian ini sekarang menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan yang telah memenangkan kompetisi *Annual Report Awards* 2018, dengan melihat laporan tahunan periode sesudahnya.

KERANGKA TEORITIK

Signaling Teory

Teori sinyal pertama kali dikemukakan oleh Spence (1973) untuk menjelaskan bahwa seorang pengirim (pemilik informasi) memberikan sinyal atau isyarat berupa informasi bagi perusahaan sebagai pihak yang diuntungkan (investor). Sinyal adalah suatu bentuk informasi yang menggambarkan upaya manajemen untuk memenuhi keinginan pemilik. Informasi ini dianggap sebagai titik referensi penting bagi investor dan pelaku bisnis ketika membuat keputusan investasi. (Desi Rizky Putri, 2019).

Teori sinyal juga sangat cocok untuk menjelaskan penelitian tentang manajemen laba dan CSR. Salah satunya adalah laporan kegiatan tanggung jawab sosial yang harus diungkapkan perusahaan. Tujuan pelaporan *corporate social responsibility* adalah untuk menginformasikan investor, dari perspektif perilaku manajemen laba, bahwa perusahaan tidak hanya menyajikan informasi keuangan, tetapi juga mempertimbangkan lingkungan perusahaan.

Legitimacy Theory

Legitimacy Theory menyampaikan bahwa perusahaan secara berkelanjutan berusaha buat bertindak sinkron menggunakan batas-batas yang sesuai dengan kebiasaan-kebiasaan masyarakat, atas usahanya tadi perusahaan berusaha supaya aktivitasnya diterima dari persepsi pihak eksternal (Suaryana, 2012). Legitimasi dihasilkan bila apa yg dijalankan sang perusahaan sudah selaras menggunakan apa yg juga diinginkan masyarakat. Kelangsungan hayati perusahaan akan terancam bila nir keselarasan antara sistem nilai perusahaan tanpa menggunakan sistem nilai warga dan mengakibatkan perusahaan nir memperoleh legitimasi.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan oleh entitas untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat di

mana entitas berada. Legitimasi ini memungkinkan perusahaan untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan dan meningkatkan nilai perusahaan. Menurut teori legitimasi, organisasi tidak hanya melihat hak investor, tetapi juga hak masyarakat umum. (Deegan dan Brown, 1996).

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah jumlah pekerjaan yang dilakukan oleh perusahaan selama periode waktu tertentu dan dilaporkan dalam laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan. Bagi IAI (2007), "Kinerja keuangan adalah kemampuan untuk mengelola dan mengendalikan sumber daya organisasi." Olehnya itu, laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba rugi suatu perusahaan, apabila disusun dengan baik dan akurat, dapat menggambarkan keadaan sebenarnya tentang hasil atau kinerja yang telah dicapai suatu perusahaan selama periode waktu tertentu. Keadaan ini digunakan untuk mengetahui kinerja perusahaan. (Agus Harjito dan Martono, 2014:52)

Manajemen Laba

Manajemen Laba membuat keputusan diskresioner dalam menyiapkan laporan keuangan dan transaksi untuk mengubah laporan keuangan, sehingga menyesatkan pemangku kepentingan tentang kinerja ekonomi perusahaan dan mengandalkan angka akuntansi untuk mempengaruhi hasil kontrak. (Healy dan Wallen, 1999 dalam Sulistyanto, 2014).

Manajemen laba adalah area akuntansi keuangan yang kontroversial dan penting. Manajemen laba tidak selalu diartikan sebagai beban negatif. Ini merupakan kerugian karena manajemen selalu terfokus pada manipulasi laba. Tetapi Manajemen laba tidak selalu mencakup upaya untuk memanipulasi data dan informasi akuntansi, tetapi mencakup pilihan metode akuntansi yang telah dipilih secara sadar oleh manajemen untuk tujuan tertentu dalam batasan GAAP.

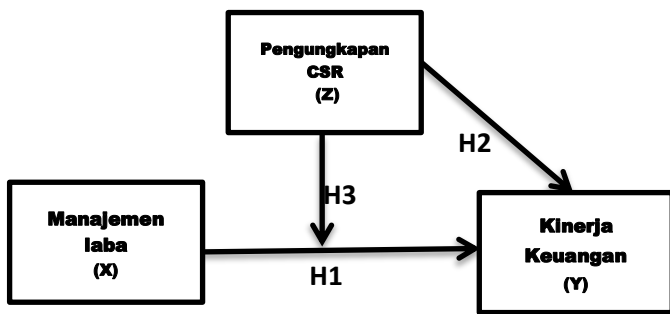
Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah suatu organisasi khususnya (bukan hanya) perusahaan, yang kepada seluruh pemangku kepentingan, termasuk konsumen, karyawan, pemegang saham, masyarakat, dan seluruh aspek lingkungan, merupakan suatu konsep

yang menunjukkan berbagai bentuk tanggung jawab. Bagi Johnson dalam Hadi (2011) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah “bagaimana sebuah perusahaan mengelola proses bisnisnya dan memberikan dampak positif bagi masyarakat secara keseluruhan.”

Definisi yang diusulkan pada dasarnya didasarkan pada kewajiban untuk mengelola perusahaan dengan cara yang berdampak positif bagi perusahaan itu sendiri dan lingkungan. Bagi Fox et all, (2002) komitmen perusahaan dan perilaku perusahaan yang beretika serta berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan sekaligus meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas dan masyarakat pada umumnya.

Kerangka Pemikiran



Pengembangan Hipotesis

- Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Kinerja Keuangan.

Schipper (1989), “manajemen laba bertujuan untuk mengintervensi proses pelaporan keuangan eksternal dengan tujuan mencapai kepentingan pribadi (bukan hanya memfasilitasi aliran proses yang netral)”. Manajemen laba meningkatkan (menurunkan) laba yang dilaporkan saat ini dari unit yang menjadi tanggung jawab administrator, tanpa peningkatan (penurunan) profitabilitas ekonomi jangka panjang. Untuk itu dalam setiap pemilihan metode pelaporan atau biasa dikenal dengan metode akuntansi menunjukan adanya pengaruh besar yang dilakukan oleh manajemen dalam menyusun suatu laporan keuangan, perilaku yang sering dilakukan untuk memanipulasi informasi berupa pengungkapan suatu laporan keuangan dengan tujuan untuk menciptakan persepsi kinerja keuangan yang baik pada investor.

H1: Praktik Manajemen Laba Berpengaruh Negatif Terhadap Kinerja Keuangan

- Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Kinerja Keuangan.

Perusahaan yang mengungkapkan CSR lebih luas mengatakan bahwa mereka telah menghabiskan sebagian uang mereka untuk mengatasi masalah lingkungan. Menurut teori *Stakeholders*, pemangku kepentingan eksternal seperti masyarakat termasuk konsumen, dan masyarakat luas juga memiliki hak untuk dipertimbangkan oleh perusahaan untuk menjaga kelangsungannya. Dapat dipahami bahwa perusahaan juga memperhatikan pemangku kepentingan selain investor melalui CSR. Situasi seperti ini akan semakin meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kinerja perusahaan.

H2: Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan

- Dampak Manajemen Laba Berpengaruh Terhadap Kinerja Keuangan dan Pengungkapan CSR Sebagai Pemoderasi

Menurut Francis Hutabarat (2020:01) analisis kinerja keuangan suatu perusahaan, mengemukakan bahwa semua perusahaan memiliki tujuan untuk memperjuangkan keuntungan perusahaan yang sebesar-besarnya.

Manajer keuangan setiap perusahaan seharusnya lebih memastikan agar perusahaan memiliki kinerja yang baik dengan cara menghilangkan praktik-praktik manajemen laba yang dimaksudkan agar dapat tercapainya tujuan perusahaan. Untuk mengurangi praktik manajemen laba seharusnya hanya dilakukan melalui perubahan paradigma oleh manajer, sehingga pengungkapan informasi merupakan bentuk akuntabilitas, dimana manajer dahulunya mengintervensi dan mempengaruhi informasi dalam laporan keuangan. Pengungkapan informasi salah satunya adalah CSR, pengungkapan CSR dapat mempengaruhi pengurangan praktik manajemen laba karena lebih banyak informasi bagi pemangku kepentingan merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan karena CSR digunakan sebagai upaya memelihara kerugian.

H3: Pengungkapan CSR dapat memoderasi pengaruh dari Manajemen Laba pada Kinerja Keuangan

Populasi Dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam survei ini adalah jumlah semua objek yang melekat pada

perseorangan dengan karakteristik tertentu, lengkap dan jelas. Perusahaan-Perusahaan pemenang *Annual Report Award* tahun 2018 sebanyak 33 perusahaan yang didapat dari Bursa Efek Indonesia (BEI) akan dijadikan populasi dalam penelitian ini. Dengan jangka waktu pemetaan dilakukan dari tahun 2018-2020.

Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara Target (purposive) Sampling, yaitu prosedur pengambilan sampel yang ditentukan dengan kriteria tertentu. Kriteria pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan-perusahaan di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang tercatat sebagai pemenang *Annual Report Award* (ARA) pada tahun 2018.
2. Perusahaan yang menyusun laporan keuangan per 31 Desember 2020.
3. Dari 33 perusahaan yang tercatat sebagai pemenang *Annual Report Award* Hanya terdapat 17 perusahaan yang mengungkapkan laporan tahunannya pada tahun 2020.

Jenis Dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan basis penelitian kuantitatif dan merupakan pendekatan yang memungkinkan memperoleh hasil survei dalam bentuk numerik. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu akuntansi tahunan pemenang *Annual Report Award* 2018 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020.

Defenisi Operasional Dan Pengukuran Variabel Kinerja Keuangan (Y)

Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan melaksanakan kinerjanya dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar.

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). (Z)

Corporate Social Responsibility adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan

tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial/lingkungan sekitar perusahaan berada.

$$CSRI_i = \sum \frac{X_{yi}}{n_i}$$

Manajemen Laba (X)

Manajemen laba dapat diartikan sebagai tindakan mengambil pilihan yang tepat dan suatu kemampuan untuk memanipulasi pilihan-pilihan yang tersedia agar bisa menggapai standar laba yang diharapkan.

1. Menentukan nilai total akrual:
 $Total\ Akural_{it} = NI_{it} - CFO_{it}$
2. Mendapatkan nilai parameter β_1 , β_2 , β_3 dengan formulasi *OLS* (*Ordinary Last Square*):

$$\frac{TAC_{it}}{A_{it-1}} = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it}} - 1 \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$$

3. Menghitung *non-discretionary accruals*:

$$NDAC_{it} = \beta_1 \left(\frac{1}{TA_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{TA_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{TA_{it-1}} \right)$$

4. Menghitung *discretionary accruals*
 $DAC = (TAC/TA_{it-1}) - NDAC$

Ket:

1. TA_{it} : Total akrual perusahaan i pada periode t
2. NI_{it} : Laba bersih perusahaan i pada periode t
3. CFO_{it} : Arus kas operasi perusahaan i pada periode t
4. TAC_{it} : Total Akruial perusahaan i pada periode t
5. A_{it} : Akruial diskresioner perusahaan i pada periode t
6. A_{it-1} : Total asset perusahaan i pada periode t-1
7. ΔRev_{it} : Perubahan penjualan bersih perusahaan i pada periode t
8. ΔRec_{it} : Perubahan piutang perusahaan i pada periode t
9. PPE_{it} : Property, Plant and Equipment perusahaan i pada periode t

10. $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$: Parameter yang diperoleh dari persamaan regresi
11. $NDAC_{it}$: *Non-discretionary accruals* perusahaan I periode t
12. DAC : *Discretionary Accruals*

Teknik Analisis Data

Metode analisis yang dipakai pada penelitian ini adalah *Moderate Regression Analysis* (MRA). MRA merupakan pendekatan analitis yang memberikan dasar untuk mempertahankan integrasi sampel dan mengendalikan pengaruh variabel moderat (Ghozali, 2009). Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini dirancang untuk menguji interaksi variabel bebas terhadap variabel terikat dan dimoderatori oleh variabel yang dimoderasi.

Uji Asumsi Dasar Regresi

Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah noise atau variabel residual dalam model regresi berdistribusi normal. Sebagaimana diketahui, uji-t dan uji-F mengasumsikan bahwa nilai-nilai residual mengikuti distribusi normal. Pelanggaran asumsi ini akan membatalkan uji statistik sampel kecil. (Ghozali, 2016). Uji normalitas residual metode Kolmogorov Smirnov (KS) buat memilih apakah suatu sampel asal menurut suatu populasi yg mempunyai sebaran data eksklusif atau mengikuti distribusi statistik eksklusif. Distribusi statistik yg tak jarang diuji adalah memakai uji KS dengan asumsi Distribusi Normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Tujuan uji multikolinieritas untuk menguji apakah ada korelasi antara variabel bebas (independen) dari model regresi. Multikolinieritas dapat dilihat dari matriks korelasi antar variabel bebas. Model dikatakan tidak memiliki masalah multikolinieritas jika koefisien korelasi antar variabel independen $< 0,8$, sebaliknya bila koefisien korelasi antar variabel independen $> 0,8$ maka model tersebut memiliki masalah multikolinieritas

Uji Heterokedastisitas

Tujuan uji heterokedastisitas adalah untuk menguji ketidaksamaan varians pada residual model regresi dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika variansnya berbeda, hal ini menunjukkan terjadinya varians yang

tidak seragam. Sebaliknya, jika variansnya konstan, maka homoskedastisitas. Dengan penelitian yang baik, dispersi yang tidak seragam seharusnya tidak terjadi (Ghozali, 2016). Uji ini menggunakan uji rank spearman untuk mendeteksi dengan signifikan pada tabel. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, berarti tidak terjadi disperse heterogen.

Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi adalah melihat hubungan yang terjadi antara anggota suatu rangkaian pengamatan yang disusun pada waktu yang berbeda dalam suatu rangkaian waktu. Tujuannya adalah untuk menguji apakah ada hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode t dari model regresi. Jika demikian, berarti ada autokorelasi (Ghozali, 2016).

Jika ada korelasi, berarti ada masalah autokorelasi. Ini biasanya dilakukan dengan serangkaian data atau regresi berbasis waktu periodik. Uji yang digunakan untuk mendeteksi adanya autokorelasi adalah uji *Runs Test*. Jika nilai Signifikansi *Runs Test* lebih besar dari taraf nilai signifikansi, maka tidak terjadi autokorelasi begitupun sebaliknya.

Uji Hipotesis Parsial

Dalam menguji setiap variable berpengaruh secara individu maka menggunakan uji statistik t. Yang menurut (Ghozali, 2016) statistik uji t pada dasarnya menunjukkan bagaimana pengaruh variabel independen secara individual menjelaskan variasi variabel dependen. Pengujian pada signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$). Persetujuan atau penolakan hipotesis didasarkan pada kriteria berikut:

1. Bila nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (faktor regresi tidak signifikan). Hal ini berarti bahwa variabel independen mungkin tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansinya 0,05 maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikansi). Artinya variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen.

Uji Hipotesis Secara Simultan

Berdasarkan (Ghozali, 2016), uji F statistik pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas atau independen yang terdapat dalam model memiliki pengaruh yang sama terhadap variabel dependen. Pengujian dijalankan pada tingkat signifikansi 0,05.

Penolakan atau penerimaan hipotesis menurut kriteria sebagai berikut:

1. Bila nilai signifikansinya 0,05 atau lebih kecil, maka semua variabel independen (manajemen laba) mempengaruhi variabel dependen (kinerja keuangan) secara bersamaan.
2. Jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka semua variabel independen (manajemen hasil) tidak mempengaruhi variabel dependen (kinerja keuangan) secara bersamaan.

Uji Koefisien Determinasi

Dalam pengujian koefisien determinasi atau jika dilihat pada tabel maka pada kolom R² (R Square) memiliki tujuan untuk menguji kecocokan sebuah model dalam penelitian yang dapat mengukur kemampuan suatu variabel dalam menjelaskan penyebaran variabel dependen.

Nilai dari Koefisien determinasi selanjutnya diterangkan dalam bentuk persen (%) untuk menjelaskan seberapa jauh pengaruh yang diberikan oleh masing-masing variabel independen. Besarnya nilai yang didapat maka semakin kuat suatu variabel dalam menjelaskan hubungannya tetapi bila nilai yang didapat sangat kecil maka kemampuan suatu variabel independen sangat terbatas dalam menjelaskan hubungannya. Nilai koefisien determinasi umumnya berkisar 0 sampai dengan 1.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Deskripsi data lewat penyajiannya dapat menjadi sebuah informasi yang kuat dalam mencari hubungan antar variabel. Melalui analisis deskriptif statistik rangkaian pengamatan maka didapati nilai maksimum, mean, dan standar deviasinya.

Descriptive Statistics

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
DAC	51	-.42	.09	-.0585	.10685
CSR	51	.21	.57	.3396	.09320
ROA	51	.00	21.19	3.5159	4.09907
Valid N (listwise)	51				

Dari penyajian table 4.1 diatas di dapat variabel Manajemen Laba (X1) dengan nilai minimum sebesar -0,42 nilai maximumnya 0,09, sedangkan nilai rata-rata (mean) sebesar -0,0585

pada variabel manajemen laba dan nilai standar deviasi (Std. Deviation) 0,10685 jika dilihat diatas angka standar deviasi lebih besar dari nilai mean (rata-rata) ini menunjukkan variasi data cukup tinggi.

Variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) didapati nilai minimum 0.21, maximum 0.57, dan nilai mean (rata-rata) sebesar 0.3396 dengan nilai standar deviasi sebesar 0.09320. pada variabel pengungkapan CSR ini dapat dilihat bahwa variasi data relative kecil karena nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai mean.

Pada variabel Kinerja Keuangan memiliki nilai minimum sebesar 0,00 sedangkan nilai maximumnya sebesar 21.19 dan nilai rata-rata (mean) sebesar 3.5159 dengan nilai standar deviasi sebesar 4.09907. Menunjukkan variasi data cukup tinggi karena nilai mean lebih kecil dari nilai standar deviasi.

Hasil Uji Normalitas

Pengujian ini menggunakan uji Normalitas Residual atau uji non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). bertujuan untuk mengetahui suatu data berdistribusi normal atau tidak. Artinya untuk melakukan pengecekan pada sebaran data penelitian ini dapat sesuai dengan populasi normal, dengan melihat nilai profitabilitas lebih besar dari 0,05 yang berarti dapat dikatakan normal begitu pun sebaliknya jika dibawah 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		51
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.3188339
	Std. Deviation	3.93207581
	Absolute	.183
Most Extreme Differences	Positive	.183
	Negative	-.125
Kolmogorov-Smirnov Z		1.307
Asymp. Sig. (2-tailed)		.066

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil uji normalitas yang didapat dari output SPSS 20 menunjukkan nilai *asympt.sig* sebesar 0.066 nilai ini lebih tinggi dari 0.05 ($\alpha=5\%$), yang menunjukkan persamaan regresi penelitian ini berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinieritas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel bebas (Independen). Kalaupun terdapat korelasi maka dapat dikatakan adanya masalah pada data yang digunakan dalam artian data yang digunakan terjadi multikolinieritas.

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
.901	1.110
.901	1.110

Hasil dari uji multikolinieritas mendapatkan semua variabel bebas memiliki nilai yang sama pada *Tolerance* sebesar 0.901 dan *VIF* sebesar 1.110 ini menunjukkan tidak adanya gejala multikolinieritas pada semua variabel bebas. Artinya semua variabel bebas memiliki nilai *VIP* <10 dan *tolerance* >0.1.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dalam pengujian ini bertujuan untuk mengetahui dalam suatu pengamatan ke pengamatan lainnya terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Biasanya dalam uji heteroskedastisitas menggunakan Uji *Glejser*. Yang dimana jika variabel bebas memiliki nilai signifikansi lebih besar dari yang ditentukan dalam taraf signifikansi penelitian.

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.
	Beta		
(Constan)		-.060	.952
DAC	.075	.519	.606
CSR	.270	1.862	.069

Untuk mengetahui ada tidaknya kejadian heteroskedastisitas pada uji *Glejser* maka apabila dari uji tersebut menunjukkan hasil signifikansi < 0,05 (nilai alpha), maka model regresi dapat dikatakan bersifat

heteroskedastisitas. Begitupun sebaliknya jika hasil uji heteroskedastisitas memiliki nilai signifikansi > 0,05 (nilai alpha), maka kesimpulannya bersifat homoskedastisitas (tidak terjadi heterokedastisitas). Pada tabel yang disajikan diatas tingkat signifikansi sebesar 0,606 untuk variabel manajemen laba dan 0,069 untuk variabel pengungkapan CSR dengan demikian dapat diketahui bahwa keseluruhan variabel bebas memiliki nilai signifikansi lebih dari nilai alpha (0,05), artinya model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi bertujuan untuk menguji dalam model regresi linier apakah terdapat korelasi diantara kesalahan pengganggu pada tahun sekarang (periode t) dengan kesalahan pengganggu pada tahun sebelumnya (periode t-1). Dalam penelitian ini pengujian yang digunakan adalah *Runs Test*. Pengujian *Runs Test* dimaksudkan apabila nilai signifikansi lebih besar daripada nilai alpha (α) atau taraf signifikansi penelitian, yang dalam artian menunjukkan tidak terdapat autokorelasi pada model regresi linier.

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.87788
Cases < Test Value	25
Cases >= Test Value	26
Total Cases	51
Number of Runs	20
Z	-1.837
Asymp. Sig. (2-tailed)	.066

a. Median

Jika dilihat pada tabel diatas maka nilai *Asymp.Sig* memperoleh nilai sebesar 0,066 Artinya nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai *Asymp.Sig* > nilai α (0,05), dengan demikian maka kesimpulannya dalam penelitian ini model regresi linier tidak terdapat gejala autokorelasi.

Pengujian Hipotesis

- Pengujian Hipotesis Pertama

Praktik Manajemen Laba Berpengaruh Negatif Terhadap Kinerja Keuangan.

Dari hasil perhitungan yang diperoleh maka nilai signifikansi manajemen laba (X) terhadap kinerja keuangan (Y) adalah 0,125 > 0,05 dengan nilai t hitung 1,563 < 2,010 (t tabel) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya persamaan

tidak berpengaruh dan tidak signifikan antara variabel manajemen laba terhadap kinerja keuangan.

Pengungkapan CSR Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Keuangan.

Dari perhitungan yang didapat menghasilkan nilai signifikansi Pengungkapan CSR (Z) terhadap kinerja keuangan (Y) adalah $0,001 < 0,05$ dengan nilai t hitung $3,624 > 2,010$ (t tabel) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel Pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan.

Pengaruh Secara Simultan Manajemen Laba Dan Pengungkapan CSR terhadap Kinerja Keuangan.

Dari hasil uji statistik F maka diketahui nilai F hitung adalah sebesar 6,699 dengan signifikansi nilainya adalah 0,003. Kemudian dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ dengan nilai F hitung $6,699 > 3,179$ (F tabel) yang menunjukkan semua variabel independen yaitu Manajemen Laba dan Pengungkapan CSR berpengaruh signifikan secara bersamaan (simultan) terhadap Kinerja Keuangan (dependen).

- Pengujian Hipotesis Kedua

Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Kinerja Keuangan yang dimoderasi oleh Pengungkapan CSR

Uji Moderated Regression Analysis Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.700	2.501		-1.080	.286
DAC	9.174	18.546	.241	.495	.623
CSR	19.915	7.205	.413	2.764	.008
DAC* CSR	-21.605	65.562	-.155	-.330	.743

a. Dependent Variable: ROA

Output SPSS yang dihasilkan dalam pengujian MRA menunjukkan signifikansi β_3 (Manajemen Laba * Pengungkapan CSR) sebesar $0,743 > 0,05$ yang artinya angka menunjukkan tidak signifikan dan nilai signifikan β_2 (Moderasi) sebesar 0,08 yang menunjukkan variabel Pengungkapan CSR hanya

dapat bersifat Prediktor (independen). Syarat suatu variabel dapat memoderasi adalah nilai signifikansi $\beta_2 > 0,05$ dan $\beta_3 > 0,05$.

Pengujian Koefisien Determinasi

Nilai yang dihasilkan pada tabel Adjusted R Square sebesar 0,186 yang dipersenkan menjadi 18,6%. Hasil ini menunjukkan gambaran bahwa pengaruh dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) hanya sebesar 18,6% yang artinya masih terdapat 81,4% variabel lain yang dapat mempengaruhi variabel kinerja keuangan yang tidak diperhatikan dalam penelitian ini.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui langkah-langkah seperti pengumpulan, pengolahan data, analisis regresi dan interpretasi hasil analisis pada bab hasil dan pembahasan mengenai pengaruh dari manajemen laba terhadap variabel kinerja keuangan dan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang memoderasi kedua variabel tersebut, maka kesimpulannya adalah:

1. Pada variabel independen (manajemen laba) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (kinerja keuangan). Hasil ini menunjukkan bahwa kemungkinan pihak manajemen dalam melakukan praktik manajemen laba tidak dapat memberikan dampak yang berarti pada kinerja keuangan perusahaan bila pengukurannya menggunakan rasio pengembalian total asset (ROA)
2. Hasil pengujian menunjukkan variabel pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan ROA. Dalam hal ini dapat menjelaskan bahwa aktifitas perusahaan yang di orientasikan pada pemberdayaan masyarakat dan lingkungan menjadi langkah persuasif untuk mengenalkan perusahaan. Sehingga dari aktifitas tanggung jawab sosial tersebut dapat direspon positif oleh masyarakat dan pihak terkait terhadap perusahaan yang dapat menunjang perolehan laba dalam jangka panjang.
3. Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) sebagai moderator tidak dapat memoderasi pengaruh dari variabel manajemen laba dan kinerja keuangan. Ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR

belum mampu memoderasi hubungan manajemen laba terhadap kinerja keuangan dan hanya dapat bersifat sebagai variabel predictor yang ditujukan pada hasil table regresi

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

Untuk perusahaan

- Praktik manajemen laba tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Maka dari itu praktik yang menyangkut mengintervensi, memanipulasi dan mengubah laporan keuangan dari keadaan sebenarnya harusnya tidak dapat terjadi lagi dan mengubah pradigma kearah transparansi informasi yang diberikan sesuai dengan keadaan sebenarnya.
- Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Untuk itu perusahaan perlu meningkatkan kinerjanya dengan mengelola aset dan modal yang ada untuk kegiatan yang dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan agar supaya perusahaan dapat terus meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam hal keberlanjutan perusahaan, mencapai kinerja perusahaan yang sangat baik, dan menanamkan kepercayaan investor kepada perusahaan.
- Pengungkapan CSR tidak dapat memoderasi pengaruh manajemen laba terhadap kinerja keuangan. Maka perusahaan sudah sepatutnya menanamkan prinsip transparansi dikarenakan walaupun pada laporan tahunan ditambah pengungkapan CSR akan tetapi masi terdapat praktik manajemen laba besar kemungkinan tidak akan memberikan pengaruh yang signifikan bagi kinerja.

Untuk peneliti selanjutnya

Peneliti yang melakukan penelitian selanjutnya dengan topik yang sama hendaknya agar meyempurnakan keterbatasan dalam penelitian ini, semisalnya sampel di kembangkan pada kompetisi ARA ditahun berbeda, variabel

penelitian lebih dikembangkan lagi contohnya keputusan investasi dan *financial leverage*, selain itu jika masi menggunakan variabel kinerja keuangan sebaiknya menggunakan pengukuran keuangan yang lain misalnya Tobins'q.

Daftar Pustaka

- Adryanti, Ayu Fury, 2019. Pengaruh Pilihan Metode Manajemen Laba AkruaL Dan Riil Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Manufaktur. Jurnal Studi Akutansi Dan Keuangan Universitas Mataram, Vol. 2, No. 1
- Brigham & Houston. 2014. Essentials Of Financial Management. Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Terjemahan Ali Akbar Yulianto. Buku 2. Edisi 11. Salemba Empat. Jakarta.
- Cendrawati, K Dan Fuadati, S. R. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Csr Dan Gcg Sebagai Pemoderasi. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Vol. 7, No. 3.
- CNBC. "236 Perusahaan Bersaing Dalam Penghargaan Ara 2018", Cnbcindonesia *online*. https://www.cnbcindonesia.com/Market/20191115133826-17-115562/236_Perusahaan-Bersaing-Dalam-Penghargaan-Ara-2018. 2019.
- Cooke, T. E, 2011. The Impact Of Size, Stock Market Listing And Industry Type On Disclosure In The Annual Reports Of Japanese Listed Corporations. Accounting And Business Research, Vol. 22, No 87
- Darmawan, D, 2016. Metode Penelitian Kuantitatif. Pt Remaja Rosdakarya, Jakarta.
- Fahmi, Irfan. 2012. Analisis Kinerja Keuangan. Edisi Pertama. CV. Alfabeta, Bandung.
- Faisal, Ahmad, Et Al., 2017. Analisis Kinerja Keuangan, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis. Vol.14, No. 1.
- Fauzi, Anas, 2020. Pengaruh Mekanisme Corporate Governance Dan Manajemen

- Labar Terhadap Kinerja Keuangan. Skripsi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Futri, Eliyana, Et Al., 2020. Analisis Sebelum Dan Setelah Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas. Jurnal Akutansi Politeknik Negeri Balikpapan.
- Ghozali, I, 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23 (Edisi 8). Cetakan Ke Viii. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hery. 2013. Akuntansi Dan Rahasia Dibaliknya Untuk Para Manajer Non Akuntansi. Keuangan Dan Bisnis, Vol. 5, No. 1.
- Huturabat, Dr. Francis, (2020). Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan. Cetakan Pertama. Desanta Muliavisitama. Banten
- Krisdamayanti, Dhea. C., (2020). Pengaruh Csr, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (Jira), Vol. 9, No 4.
- Lestari, Kurnia C, Dan Oki Wulandari, 2019. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba, Jurnal Akademi Akutansi, Vol.2, No. 1.
- Mahesti, N.G. Dan Zulaikha, 2019. Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan Corporate Responsibility, Jurnal Akutansi. Vol. 8. No. 1
- Miranda, Nanda, 2021. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility, Leverage*, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Study Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sector Pulp And Paper Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2020. Skripsi, Uin Suska Riau.
- Prasetyo, A., & Meiranto, W. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2013-2015. Diponegoro Journal Of Accounting, Vol 6, No 3
- Prasetyo, Wika. S, Et Al., 2017. Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi, Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akutansi No. 43
- Putry, Desi Risky, 2020. Pengaruh Risiko Bisnis, Investment Opportunity Set, Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Properti Dan Real Estate Dengan Variabel Intervening Struktur Modal. Skripsi, Universitas Airlangga Surabaya.
- Putra, Gede Angga dan Nengah Suarmanayasa, Peran Moderasi *Corporate Social Responsibility* Pada Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan, Jurnal Ilmiah Akutansi Dan Humanika. Vol.11 No. 1
- Razak, Linda Arisanty, et al., 2020. Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan. Jurnal Ilmu Akutansi Universitas Muhamadiya Makasar. Vol 2, No 1
- Sococadesingn. "Syarat Dan Manfaat Mengikuti Annual Report Award". <https://www.sococadesign.com/blog/manfaat-mengikuti-annual-report-award-ara/>. 2021
- Suaryana, A. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Ilmiah Akutansi Dan Bisnis, Vol. 7, No 1.
- Suciwati, Desak. P, Et Al., 2016. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan, Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan, Vol. 12. No. 2
- Sugiyono, 2017. Metode Penelitian. Cetakan Ke 26. Cv. Alfabeta, Bandung.
- Sulistyanto, S. 2018. Manajemen Laba (Teori & Model Empiris). Cetakan Ii. Pt. Grasindo, Jakarta.
- Sunarsih, 2017. Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Corporate Social Responsibility

(Csr) Dengan Mekanisme Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama. Vol. 17. No. 1

Sunaryo, 2015. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Dan Berbagai Perpesktif Kajian. Cetakan Pertama, Cv. Anugerah Utama Rahaja (Aura), Bandar Lampung

Suputra, Dan Budiasih, 2017. Pengaruh Kinerja Lingkungan Pada Kinerja Keuangan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening. E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, Vol. 6, No 2.

Theodorus, B, 2016. Analisis Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas. Vol 16, No 4.

Wardhani, P. & Ihwan Susila (2020). Pengaruh Pengungkapan Csr, Leverage, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2016-2018). Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wardhani, Pramudya, Et Al., 2020. Pengaruh Pengungkapan Csr, Leverage, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Tesis, Universitas Muhamadiyah Surakarta

Wirabrajanti, Empiris, 2006. Manajemen Laba:Praktik Perilaku Disfungsional Manajemen. Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Wulandari, Ndaruningpuri, 2006. Pengaruh Indikator Mekanisme *Corporate Governance* Terhadap Kinerja Perusahaan Publikdi Indonesia. Vol. 1, No. 2

Yusnita, Heni, et al., 2015. Pengaruh Manajemen Laba Akreal Dan Aktivitas Manajemen Laba Riil Terhadap Kinerja Perusahaan. Jurnal Akutansi Universitas Pancasila. Vol. 3, No. 1

PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KEBIJAKAN DIVIDEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Indri A. Lestari¹, E. Hartaty Hardady², Rheza Pratama³

^{1,2,3} Universitas Khairun Ternate, Kota Ternate, Maluku Utara

email: indriayulestari1199@gmail.com

Abstract: *The study aims to find out whether there is an influence of ownership structures (with the proxy of foreign institutional ownership and domestic institutional ownership) of the value of the company with dividend policies as an intervening variable. Sample selection using purposive sampling method. The sample in this study were all companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2020, totaling 25 companies or 125 observational data. The result of this study indicates that foreign institutional ownership, domestic institutional ownership, and dividend policy have a positive and significant effect on firm value. Foreign institutional ownership has a negative and significant effect on dividend policies. Domestic institutional ownership has no effect on dividend policy. Dividend policy as an intervening variable is not able to mediate foreign institutional ownership on firm value. Dividend policy as an intervening variable is not able to mediate domestic institutional ownership on firm value.*

Keyword: *Foreign Institutional Ownership, Domestic Institutional Ownership, Dividend Policy, Firm Value.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Struktur Kepemilikan (dengan proksi Kepemilikan Institusional Asing dan Kepemilikan Institusional Domestik) Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel *Intervening*. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020 yang berjumlah 25 perusahaan atau 125 data observasi. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *path analysis* (analisis jalur) dan regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kepemilikan Institusional Asing, Kepemilikan Institusional Domestik, dan Kebijakan Dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Kepemilikan Institusional Asing berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kebijakan Dividen. Kepemilikan Institusional Domestik tidak berpengaruh terhadap Kebijakan Dividen. Kebijakan Dividen sebagai variabel *intervening* tidak mampu memediasi Kepemilikan Institusional Asing terhadap Nilai Perusahaan. Kebijakan Dividen sebagai variabel *intervening* tidak mampu memediasi Kepemilikan Institusional Domestik terhadap Nilai Perusahaan.

Kata kunci: Kepemilikan Institusional Asing, Kepemilikan Institusional Domestik, Kebijakan Dividen, Nilai Perusahaan.

PENDAHULUAN

Perusahaan merupakan suatu organisasi yang dilakukan seseorang atau individu lainnya untuk kerjasama yang bertujuan menghasilkan barang atau jasa yang diperjual belikan sehingga memperoleh laba sebanyak-banyaknya dan mengembangkan perusahaan serta perekonomian Indonesia. Sedangkan, tujuan utama perusahaan ialah mengoptimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dievaluasi berdasarkan perkembangan harga saham pada pasar yang menjual belikan saham. Mengukur nilai perusahaan pada penelitian ini yaitu menggunakan Tobin's Q selaku salah satu indeks pengukur yang sudah pernah digunakan oleh penelitian sebelumnya dalam permasalahan nilai perusahaan.

Setiap perusahaan memiliki kewajiban untuk meningkatkan nilai perusahaannya karena nilai perusahaan adalah faktor yang menjadi pertimbangan investor dalam menginvestasikan modalnya (Putra & Lestari, 2016:4045). Nilai perusahaan sangat krusial untuk perusahaan sebab merepresentasikan kinerja perusahaannya tersebut. Dimana, meningkatnya nilai perusahaan akan mempengaruhi kepercayaan pasar, tidak hanya pada kemampuan perusahaan namun juga memandang prospek perusahaan dimasa depan (Ahmad et al., 2017:2614).

Teori agensi ialah korelasi antara *principal* (Pemegang saham) serta *agent* (manajer). Dalam proses mengoptimalkan nilai perusahaan, akan terjadi *conflict of interesrt* antara pemegang saham (pemilik perusahaan dan manajer yang kerap disebut masalah keagenan (*agency problem*) (Kusumawati & Nurafлатi, 2018:301). *Agency problem* ini disebabkan oleh manajer (*agen*) yang belum memiliki cukup saham atau kurang dari 5% pada

perusahaan menyebabkan manajer lebih mementingkan tujuan pribadi mereka yaitu menaikan kesejahteraan hidup mereka dibandingkan tujuan perusahaan yang sebenarnya. Berdasarkan *agency theory*, perbedaan kepentingan antara *agent* dengan *principal* memicu munculnya konflik yang sering dikenal dengan konflik keagenan (*agency conflict*) (Linda & Kurnia, 2017:4).

Menurut Jensen & Meckling (1976:308) mengatakan bahwa *agency conflict* terjadi karena beberapa keputusan manajer yang tidak sesuai dengan tujuan untuk mencukupi kepentingan pemegang saham dalam memaksimalkan kesejahteraan. Pengambilan keputusan salah satunya terkait laba yang dihasilkan perusahaan apakah ditahan menjadi laba ditahan (*retained earnings*) atau didistribusikan kepada pemegang saham berbentuk *capital gain* maupun dividen. Manajer harus berhati-hati dalam pengambilan keputusan tersebut sebab salah pengambilan keputusan dapat berdampak pada keputusan *financial* yang lain, hal ini sangat mempengaruhi nilai perusahaan maupun pemegang saham kedepannya. *Agency conflict* antara manajer dengan pemegang saham mampu diminimalisir dengan adanya pengawasan yang secara efektif dilakukan oleh kepemilikan institusional agar melindungi kepentingan pemegang saham. Namun, permasalahan tersebut memunculkan biaya keagenan (*agency cost*) yang dikeluarkan perusahaan. Menurut Jensen & Meckling (1976:308) mengatakan bahwa "*agency costs as the sum of: (1) the monitoring expenditures by the principal; (2) the bonding expenditures by the agent; (3) the residual loss*".

Fenomena di atas disebabkan manajer yang ingin mensejajarkan kedudukannya dengan pemegang saham. Permasalahan agensi dapat dikurangi dengan menyelaraskan kepentingan manajer dan pemegang saham, maka perusahaan memerlukan tata kelola perusahaan yang lebih baik lagi dalam melakukan pengawasan terhadap kinerja manajer agar memenuhi kepentingan pemegang saham. *Corporate governance* adalah sistem yang dihasilkan oleh pemangku kepentingan, *principal*, komisaris, dan *manager* untuk mengatur tujuan perusahaan dan cara untuk sampai tujuan tersebut serta dilakukan pengawasan terhadap kinerja (Linda & Kurnia, 2017:2). Dalam *corporate governance* terdapat berbagai macam mekanisme, namun penelitian ini menggunakan struktur kepemilikan yaitu (kepemilikan institusional asing dan kepemilikan institusional domestik).

Di Indonesia sudah banyak pemodal asing yang menanamkan modalnya kepada perusahaan Indonesia. Investor asing tersebut lebih banyak berasal dari golongan institusi. Berdasarkan data KSEI pertumbuhan aset tercatat di C-BEST untuk kepemilikan asing pada tahun 2016-2020 persentase kepemilikan asing menunjukkan mengalami penurunan tiap tahunnya, walaupun begitu keberadaan investor asing sangat penting dalam menggerakkan IHSG meskipun investor lokal lebih menguasai. Keberadaan investor asing sangat mempengaruhi kinerja pada suatu perusahaan di Indonesia. Menurut Gunlu & Gursoy (2010) dalam Rely & Arsjah (2018:46) yang merujuk pada penelitian terdahulu, perusahaan dengan struktur kepemilikan asing memiliki kelebihan dibandingkan domestik, kelebihan dari adanya kepemilikan asing di perusahaan tidak

hanya aspek penanaman modal tetapi juga dari aspek non-keuangan lainnya seperti, teknologi terbaru yang sudah dipakai perusahaan diluar negeri, pasar baru dan industri baru. Di sisi lain, Li et al., (2011) dalam Shubita & Shubita (2019:101) menekankan bahwa pasar ekuitas negara berkembang dapat mengambil manfaat dari peran pemantauan yang dimainkan oleh investor asing. Oleh sebab itu, kepemilikan asing sangat berpengaruh dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Pada tahun 2016-2020 pertumbuhan aset kepemilikan domestik terus meningkat dibandingkan tahun 2014 sebesar 40,71% yang menandakan adanya kenaikan pada kepemilikan domestik. Hal tersebut, menunjukkan bahwa di Indonesia presentase kepemilikan saham lebih didominasi oleh investor domestik. Menurut Mutua (2015:iv) mengatakan bahwa Investor domestik di bursa suatu negara diperlukan untuk melindungi bursa dari ketidakpastian terkait dengan arus modal asing yang terjadi ketika investor asing tidak puas dengan pengembalian nilai tukar. Dasar investor domestik yang kuat dapat mengurangi potensi pasar tergunjung yang disebabkan pandangan asing, akibatnya investor asing menarik dananya sewaktu-waktu. Kepemilikan domestik lebih terfokus pada kepemilikan institusional domestik yang mempunyai tugas sebagai pengawas yang memonitoring dan mengontroling manajer dari tindakan *oportunistik* yang menyebabkan kerugian pada perusahaan. Pengawasan yang dilakukan tersebut memberikan tekanan bagi manajer agar melakukan tugasnya sesuai dengan tujuan *principal*.

Berdasarkan *agency theory* dikatakan bahwa dividen tunai bisa dimanfaatkan sebagai alat untuk

menurunkan *agency problem* pada perusahaan dengan mengurangi *free cash flow* serta mewajibkan manajemen ikut serta dalam pasar modal sebagai pembiayaan, sehingga mengarahkan pada pemantauan pasar (Rozeff, 1982; Easterbrook, 1984; Jensen, 1986) dalam (Al-Najjar & Kilincarslan, 2016:3). Kebijakan dividen dapat ditinjau sebagai substansi dari utang agar menurunkan biaya agensi (*agency cost*). Dividen dapat digunakan untuk mengkompensasi investor institusional sebagai tindakan pemantauan mereka (Shleifer & Vishny, 1986) dalam (Thanatawee, 2013:122).

Dalam *bird in the hand theory* mengatakan bahwa investor lebih menyukai tentang perusahaan yang membangikan dividennya (Wiagustini, 2010:262) dalam (Putra & Lestari, 2016:4056). Perusahaan yang menetapkan peraturan kebijakan pembangian dividen tinggi setiap tahunnya dapat menarik investor untuk menanam sahamnya diperusahaan tersebut sebab dapat memberikan keuntungan. Tidak hanya itu, kebijakan dividen menimbulkan peran penting atas harga saham, pendanaan arus kas, struktur financial, posisi likuiditas, dan mempunyai pengaruh pada kesempatan investasi perusahaan. Dalam *signaling theory* mengatakan bahwa kebijakan dividen terdapat kandungan informasi. Konsisten dengan teori ini, telah terjadi reaksi positif harga saham terhadap pengumuman pengukuhan dividen dan kenaikan dividen (Aharony & Swary, 1980; Allen & Michaely, 2003) dalam (Jacob & Jijo Lukose, 2018:57). Dan seiring banyaknya permintaan saham oleh investor membuat harga saham naik sekaligus meningkatnya nilai perusahaan.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai

penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan institusional asing terhadap nilai perusahaan. 2) Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan institusional domestik terhadap nilai perusahaan. 3) Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan institusional asing terhadap kebijakan dividen. 4) Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan institusional domestik terhadap kebijakan dividen. 4) Untuk mengetahui pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. 5) Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan institusional asing terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan dividen. 6) Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan institusional domestik terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan dividen.

Kajian Teori

Teori Agensi

Menurut Kusumawati & Nuraflati (2018:302) Teori *agency* adalah teori yang sudah lama di pergunakan sebagai fondasi dalam praktik bisnis perusahaan. Menurut Jensen & Meckling (1976:308) mengatakan bahwa hubungan *agency* adalah hubungan kontrak antara pemegang saham (*principal*) dan manajemen (*agent*) dimana *principal* ialah *shareholder* melimpahkan tanggung jawab atas pengambilan keputusan kepada *agent* sesuai dengan perjanjian diawal kontrak.

Teori Sinyal (Signaling Theory)

Signaling theory berpendapat bahwa perusahaan yang berkualitas tinggi dengan sengaja mengirim sinyal ke pasar, sehingga pasar diharapkan bisa memilah perusahaan yang berkualitas baik dan buruk (Hartono, 2005) dalam (Sukirni, 2012:3). Pengertian lain, "*signal is an action taken by a firm's management that provides clues to*

investor about how management views the firm's prospects" (Weston & Brigham, 2005:199) dalam (Mardiyati et al., 2012:4). Teori sinyal ini terjadi karena informasi yang berupa prospek perusahaan atau disebut sebagai asimetris informasi lebih banyak dipegang oleh manajemen ketimbang pemilik perusahaan.

Nilai Perusahaan

Menurut Hamida, Ahmad, & Aulia (2015) dalam Kusumawati & Nuraflati (2018:302) Nilai perusahaan adalah tanggapan investor tentang taraf kesuksesan perusahaan dalam mengelola sumberdaya yang dimiliki serta dan tergambar dalam harga saham perusahaan. Harga saham ialah harga yang ditawarkan oleh perusahaan yang diperdagangkan dipasar. Harga saham ini tercipta dari permintaan dan penawaran investor, kemudian harga saham tersebut diproksi dari nilai perusahaan (Rely & Arsjah, 2018:47).

Menurut Salvatore (2007) dalam Alamsyah & Muchlas (2018:11) mengatakan bahwa tujuan utama perusahaan menurut *theory of the firm* ialah untuk memaksimumkan kekayaan atau nilai perusahaan (*value of the firm*). Dimana, Meningkatnya nilai perusahaan merupakan prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, kesejahteraan para pemiliknya juga akan meningkat, dan ini adalah tugas manajer sebagai *agent* yang sudah dipercaya oleh pemilik perusahaan untuk mengelola perusahaan (Bambang, 2010) dalam (Sukirni, 2012:3).

Struktur Kepemilikan

Menurut Sugiarto (2009) dalam Saputra & Mahyuni (2018:67) mengatakan bahwa struktur kepemilikan

merupakan struktur kepemilikan saham, yaitu perbedaan total saham dimiliki oleh orang internal (*insider*) dengan total saham dimiliki oleh investor. Struktur kepemilikan yang diproksi dalam penelitian ini yaitu kepemilikan institusional asing dan kepemilikan institusional domestik.

1) Kepemilikan Institusional Asing

Menurut Rely & Arsjah (2018:47) menyebutkan bahwa berdasarkan UU No. 25 Tahun 2007 tentang investasi modal menjelaskan bahwa investasi asing adalah kegiatan berinvestasi untuk melakukan bisnis di Indonesia yang dilakukan oleh investor asing, baik menggunakan modal asing sepenuhnya atau dalam hubungan investor domestik. Kepemilikan asing dianggap mempunyai keuntungan jangka panjang bagi suatu perusahaan karena investor asing yang menanamkan modal pada perusahaan di Indonesia mempunyai pengaruh pada kinerja perusahaan.

2) Kepemilikan Institusional Domestik

Kepemilikan institusi domestik adalah kepemilikan saham pada suatu perusahaan sebagian besar dikuasai oleh instansi or lembaga (perusahaan asuransi, bank, dan perusahaan instansi lainnya) (Trisnabudi & Fitria, 2015:3). Kepemilikan institusi domestik merupakan kepemilikan saham oleh lembaga non-pemerintah yang berupa perseroan terbatas (PT). Adanya kepemilikan institusi domestik merupakan bagian dari pemilik perusahaan, sehingga berfungsi untuk memberikan pengawasan kepada kinerja perusahaan (Widiastuti, 2012) dalam (Linda & Kurnia, 2017:4).

Kebijakan Dividen

Menurut Husnan (2002) dalam Trisnabudi & Fitria (2015:4) mengatakan tentang pengertian kebijakan dividen

yang pada dasarnya adalah penetapan berapa banyak laba yang akan dibagikan kepada pemegang saham dan berapa banyak laba yang akan ditahan. Kebijakan tersebut menyangkutkan dua pihak yang memiliki perbedaan kepentingan, yaitu pihak pertama pemegang saham dan pihak kedua perusahaan itu sendiri (Hermuningsih, 2009) dalam (Sukirni, 2012:4).

Menurut Brigham & Huston (2010) dalam Kurniawati et al., (2015:62) menuturkan terdapat tiga teori berlandaskan preferensi investor yaitu:

1) *Dividend irrelevance theory*

Teori ini menganut gagasan Modigliani dan Miller (MM) mengatakan sebenarnya nilai suatu perseroan tidak tetap pada tinggi rendahnya *Dividen Payout Ratio (DPR)* namun ditetapkan pada *net profit* sebelum pajak (EBIT) dan risiko usaha.

2) *Bird in the hand theory*

Teori dipresentasikan oleh Gordon dan Lintner menjelaskan bahwa sebenarnya investor jauh lebih menghargai penghasilan yang dinantikan dividen ketimbang penghasilan dari keuntungan modal (*capital gain*).

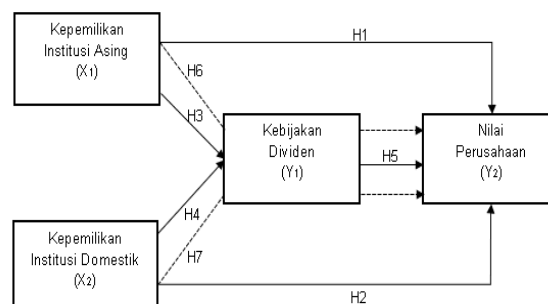
3) *Tax preference theory*

Teori ini mengatakan bahwa sebab adanya pajak terhadap keuntungan dividen dengan *capital gains* menyatakan bahwa para investor lebih menyukai *capital gains* sebab dapat menanggihkan pembayaran pajak.

Kerangka Konseptual

Penelitian ini menetapkan satu variabel independen ialah struktur kepemilikan yang diproksi dengan kepemilikan institusional asing dan kepemilikan institusional domestik. Sedangkan, variabel dependen yang digunakan dalam penelitian adalah nilai perusahaan. Selanjutnya, penelitian ini

juga melibatkan variabel *intervening* yaitu kebijakan dividen. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti menggambarkan sebuah kerangka pemikiran teoritis adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

H1: Kepemilikan institusional asing berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H2: Kepemilikan institusional domestik berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H3: Kepemilikan institusional asing berpengaruh terhadap kebijakan dividen.

H4: Kepemilikan institusional domestik berpengaruh terhadap kebijakan dividen.

H5: Kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H6: Kepemilikan institusional asing berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan dividen.

H7: Kepemilikan institusional domestik berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan dividen.

METODOLOGI

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan laporan keuangan pada tahun 2016-2020. Waktu penelitian yang dilaksanakan pada bulan Maret 2022 sampai dengan 29 Mei tahun 2022.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini ialah seluruh perusahaan yang terdaftar di

Bursa Efek Indonesia dengan jumlah populasi sebanyak 708 dengan terdiri dari 12 sektor perusahaan. Sedangkan, dalam menentukan sampel dari berbagai macam metode yang ada peneliti menggunakan ialah metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* yakni teknik pengumpulan sampel dengan pertimbangan kriteria khusus. Kriteria pemilihan sampel adalah sebagai berikut: 1) Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sepanjang tahun 2016-2020. 2) Perusahaan mempublikasikan laporan keuangan yang berakhir pada tanggal 31 desember sepanjang tahun 2016-2020. 3) Laporan keuangan perusahaan menggunakan mata uang Rupiah (IDR). 3) Perusahaan yang membagikan dividen secara sepanjang tahun 2016-2020. 4) Perusahaan yang memegang baik kepemilikan saham institusional asing dan kepemilikan saham institusional domestik sepanjang pada tahun 2016-2020. 5) Perusahaan yang mempunyai data komplet terkait variabel-variabel yang diperlukan dalam penelitian ini sepanjang tahun 2016-2020. Dari total populasi sebanyak 708 perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia, dengan memakai kriteria khusus diperoleh 25 perusahaan yang akan dijadikan sampel penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang diaplikasikan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sedangkan, sumber data yang diperlukan pada penelitian ini yaitu data sekunder berbentuk laporan keuangan (*financial report*) dan laporan keuangan tahunan (*annual report*) semua sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia melalui situs web resmi www.idx.co.id.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni teknik dokumentasi. Menurut Vitalia & Widyawati (2016:7) mengatakan bahwa teknik pengumpulan data pada penelitian mereka ialah teknik dokumentasi yang merupakan suatu teknik penghimpunan data untuk dipelajari serta digunakan laporan keuangan pihak perusahaan yang akan dijadikan sampel penelitian mereka yang diperoleh dari *library* Bursa Efek Indonesia. Teknik dokumentasi yang sebagai acuan pada penelitian ini yaitu laporan keuangan (*financial report*) dan laporan keuangan tahunan (*annual report*) yang diperoleh dari website Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

Model Analisis

Metode analisis dari kerangka pikir di atas metode yang digunakan yaitu metode analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur diterapkan untuk menguji ikatan antara variabel yang berpengaruh baik secara langsung atau tidak langsung dengan seperangkat variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun persamaan analisis jalur, sebagai berikut:

$$Y_1 = \alpha + \beta Y_1 X_1 + \beta Y_1 X_2 + \varepsilon_1 \dots\dots\dots (\text{Sub struktur I})$$

$$Y_2 = \alpha + \beta Y_2 X_1 + \beta Y_2 X_2 + \beta Y_2 Y_1 + \varepsilon_2 \dots\dots\dots (\text{Sub Struktur II})$$

Keterangan:

β = Koefisien Regresi

Y_1 = Kebijakan Dividen

Y_2 = Nilai Perusahaan

X_1 = Kepemilikan Institusional Asing

X_2 = Kepemilikan Institusional Domestik

ε_{1-2} = Error of term atau variabel pengganggu

Definisi Operasional Variabel

Nilai Perusahaan

Indikator nilai perusahaan ialah harga saham yang diperjualkan oleh perusahaan yang menerbitkan saham dibursa efek (Putranto, 2018) dalam (Putra & Yunita, 2019:3780). Nilai perusahaan (Y) diproksi dengan menggunakan *Tobin's Q*.

$$TQ = \frac{(MVE + TL)}{TA} \quad (1)$$

Ket:

TQ = Nilai perusahaan (rasio *Tobin's Q*)
 MVE = Nilai pasar ekuitas (*Market Value of Equity*) diperoleh dari harga saham diakhir tahun dikali dengan Jumlah saham yang beredar

TL = Total liabilitas

TA = Total aset

Struktur Kepemilikan

Struktur kepemilikan merupakan struktur kepemilikan saham, yakni perbedaan total saham dipegang oleh orang internal (*insider*) dan total saham dipegang oleh investor (Sugiarto, 2009) dalam (Saputra & Mahyuni, 2018:67). Indikator struktur kepemilikan yaitu kepemilikan Institusional Asing (X₁) dan kepemilikan Institusional domestik (X₂).

1. Kepemilikan institusi asing (X₁)

Kepemilikan institusional asing adalah kepemilikan saham yang dipegang oleh institusi atau perusahaan yang berada di mancanegara atau bukan di Indonesia.

$$KIA = \frac{\text{Kep. Saham Institusi Asing}}{\text{Total Saham Beredar}} \quad (2)$$

2. Kepemilikan institusi domestik (X₂)

Kepemilikan institusional domestik dihitung sebagai pangsa saham sederhana yang diadakan pada reksa dana, bank,

lembaga keuangan dan perusahaan asuransi (Jacob & Jijo Lukose, 2018:60).

$$KID = \frac{\text{Kep. Saham Institusi Domestik}}{\text{Total Saham Beredar}} \quad (3)$$

Kebijakan Dividen

Kebijakan dividen (Z) diproksi dengan menggunakan *dividen payout ratio*. Dimana rasio pembayaran dividen merupakan bagian keuntungan yang dibayarkan pada *principal* dalam bentuk tunai (Trisnabudi & Fitria, 2015:8).

$$DPR = \frac{\text{Dividen Per share}}{\text{Earning Per Share}} \quad (4)$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif variabel

Tabel 1. Hasil Deskriptif Variabel
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KIA	125	0.11	93.36	37.6776	23.77508
KID	125	6.35	75.07	38.2125	21.22183
DPR	125	-8.78	1.30	0.2011	0.88196
Tobin's Q	125	0.60	3.32	1.3368	0.57708
Valid N (listwise)	125				

Sumber: (Data diolah SPSS 25, 2022)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif di atas dapat diketahui bahwa Struktur Kepemilikan yang diproksi dengan Kepemilikan Institusional Asing (KIA) memiliki nilai *minimum* sebesar 0.11 yang dimiliki oleh PT. PP London Sumatra Indonesia Tbk pada tahun 2016-2020 dan nilai *maximum* sebesar 93.36 yang dimiliki oleh PT. Equity Development Investment Tbk pada tahun 2016 dengan *mean* (rata-rata) sebesar 37.6776 dan standar deviasi sebesar 23.77508. Sedangkan, Kepemilikan

Institusional Domestik (KID) diatas diketahui bahwa nilai *minimum* sebesar 6.35 yang dimiliki oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk pada tahun 2017 dan nilai *maximum* sebesar 75.07 yang dimiliki oleh PT. Pakuwon Jati Tbk pada tahun 2017 dengan *mean* (rata-rata) sebesar 38.2125 dan standar deviasi sebesar 21.22183.

Variabel Kebijakan Dividen (DPR) diatas diketahui bahwa nilai *minimum* sebesar -8.78 yang dimiliki oleh PT. Cardig Aero Services Tbk pada tahun 2019 dan nilai *maximum* sebesar 1.30 yang dimiliki oleh PT. Kino Indonesia Tbk pada tahun 2020 dengan *mean* (rata-rata) sebesar 0.2011 dan standar deviasi sebesar 0.88196.

Variabel Nilai Perusahaan (Tobin's Q) diatas diketahui bahwa nilai *minimum* sebesar 0.60 yang dimiliki oleh PT. Calorpak Indonesia Tbk pada tahun 2020 dan nilai *maximum* sebesar 3.32 yang dimiliki oleh PT. Link Net Tbk pada tahun 2016 dengan *mean* (rata-rata) sebesar 1.3368 dan standar deviasi sebesar 0.57708.

Hasil Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

**Tabel 2. Uji Normalitas
Kolmogorov Smirnov Persamaan I
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0.14177022
Most Extreme Differences	Absolute	0.081
	Positive	0.081
	Negative	-0.076
Test Statistic		0.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.107 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		0.507
Point Probability		0.000

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: (Data diolah SPSS 25, 2022)

**Tabel 3. Uji Normalitas
Kolmogorov Smirnov Persamaan II**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0.36298219
Most Extreme Differences	Absolute	0.100
	Positive	0.100
	Negative	-0.045
Test Statistic		0.100
Asymp. Sig. (2-tailed)		.016 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		0.254
Point Probability		0.000

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: (Data diolah SPSS 25, 2022)

Berdasarkan uji normalitas pada tabel persamaan pertama dan kedua diatas, dapat dilihat bahwa setelah dilakukan penghapusan beberapa data outlier diperoleh *asymp. sig* (2-tailed) sebesar 0.107 lebih besar dari 0.05 dan 0.016 lebih kecil dari 0,05 yang mana pada persamaan kedua masih belum berdistribusi normal, sehingga digunakanlah metode pendekatan exact untuk menormalkan data. Setelah digunakannya pendekatan exact diperoleh exact sig (2-tailed) pada persamaan 1 dan 2 sebesar 0.507 lebih besar dari 0.05 dan 0.254 lebih besar dari 0.05, maka dapat dikatakan data telah berdistribusi normal.

Uji Autokorelasi

Tabel 4. Uji Autokorelasi Persamaan I

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.279 ^a	0.078	0.059	0.14322	1.427

- a. Predictors: (Constant), KID, KIA
- b. Dependent Variable: DPR

Sumber: (Data diolah SPSS 25, 2022)

Tabel 5. Uji Autokorelasi Persamaan II

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.558 ^a	0.311	0.289	0.36861	1.130

- a. Predictors: (Constant), DPR, KID, KIA
- b. Dependent Variable: Tobin's Q

Sumber: (Data diolah SPSS 25, 2022)

Dari hasil tabel persamaan I dan II diatas menunjukkan bahwa *Durwin-Watson* yang diperoleh sebesar 1.427 dan 1.130. Nilai DW tersebut berada diantara -2 hingga +2 maka memperoleh kesimpulan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada persamaan I dan II.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Uji Multikolinearitas Persamaan I

Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	0.340	0.049		6.873	0.000		
	KIA	-0.002	0.001	-0.315	-2.801	0.006	0.751	1.331
	KID	-0.001	0.001	-0.101	-0.898	0.372	0.751	1.331

a. Dependent Variable: DPR

Sumber: (Data diolah SPSS 25, 2022)

Berdasarkan tabel 4.9 uji multikolinearitas diatas didapati bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari variabel KIA dan KID sebesar 1.331 dimana lebih kecil dari 10 dan nilai *Tolerance* dari kedua variabel tersebut sebesar 0.751 dimana lebih besar dari 0.10. Sehingga diperoleh kesimpulan yaitu dalam penelitian ini tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Tabel 7. Uji Multikolinearitas Persamaan II

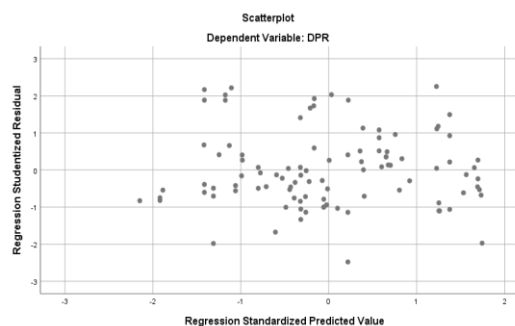
Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	0.349	0.155		2.247	0.027		
	KIA	0.007	0.002	0.397	3.905	0.000	0.695	1.439
	KID	0.012	0.002	0.605	6.164	0.000	0.745	1.342
	DPR	0.740	0.261	0.250	2.832	0.006	0.922	1.084

a. Dependent Variable: Tobin's Q

Sumber: (Data diolah SPSS 25, 2022)

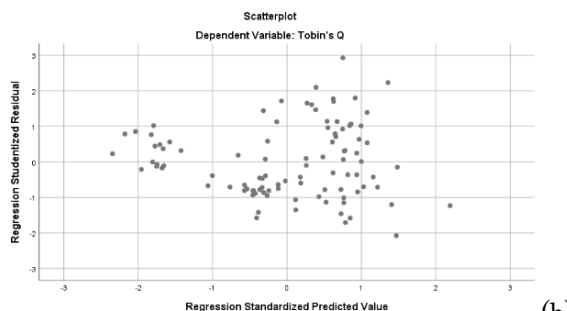
Berdasarkan tabel 4.10 uji multikolinearitas diatas didapati bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari variabel KIA sebesar 1.439, KID sebesar 1.342 dan DPR sebesar 1.084 lebih kecil dari 10 dan nilai *Tolerance* dari KIA sebesar 0.695, KID sebesar 0.745 dan DPR sebesar 0.922 dimana lebih besar dari 0.10. Sehingga diperoleh kesimpulan yaitu dalam penelitian ini tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas



Gambar 2. (a) Uji Heteroskedastisitas Persamaan I

Berdasarkan gambar 2 diatas dapat diamati bahwa titik-titik yang memencar diatas, bawah, kanan maupun kiri angka pada sumbu Y, maka disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terdapat gejala heterokedastisitas.



Gambar 3. (b) Uji Heteroskedastisitas Persamaan II

Berdasarkan gambar 3 diatas dapat diamati bahwa titik-titik yang memencar diatas, bawah, kanan maupun kiri angka pada sumbu Y, maka disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terdapat gejala heterokedastisitas

Uji Parsial (Uji t/t_h)

Berdasarkan hasil uji statistik t yang dilihat pada tabel 6 dan 7 di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kepemilikan Institusional Asing Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil perhitungan diperoleh nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$) dan nilai t_{hitung} 3.905 lebih besar dari t_{tabel} 1.980 ($4.261 > 1.980$) mengindikasikan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak atau dapat disimpulkan sesungguhnya kepemilikan institusional asing positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Kepemilikan Institusional Domestik Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil perhitungan diperoleh nilai signifikan sebesar 0.000 lebih besar dari 0.05 ($0.000 < 0.05$) dan nilai t_{hitung} 6.164 lebih kecil dari t_{tabel} 1.980 ($6.164 > 1.980$) mengindikasikan bahwa H_2 diterima dan H_0 ditolak atau dapat disimpulkan sesungguhnya kepemilikan institusional domestik berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh Kepemilikan Institusional Asing Terhadap Kebijakan Dividen

Hasil perhitungan diperoleh nilai signifikan sebesar 0.006 lebih besar dari 0.05 ($0.006 < 0.05$) dan nilai t_{hitung} 2.801 lebih kecil dari t_{tabel} 1.980 ($2.801 > 1.980$) mengindikasikan bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak atau dapat disimpulkan sesungguhnya kepemilikan institusional asing berpengaruh negatif secara signifikan terhadap kebijakan dividen.

4. Pengaruh Kepemilikan Institusional Domestik Terhadap Kebijakan Dividen

Hasil perhitungan diperoleh nilai signifikan sebesar 0.372 lebih besar dari 0.05 ($0.372 > 0.05$) dan nilai t_{hitung} 0.898 lebih kecil dari t_{tabel} 1.980 ($0.898 < 1.980$) mengindikasikan bahwa H_4 ditolak dan H_0 diterima atau dapat disimpulkan sesungguhnya kepemilikan institusional domestik tidak berpengaruh terhadap kebijakan dividen.

5. Pengaruh Kepemilikan Institusional Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil perhitungan diperoleh nilai signifikan sebesar 0.006 lebih kecil dari 0.05 ($0.006 < 0.05$) dan nilai t_{hitung} 2.832 lebih besar dari t_{tabel} 1.980 ($2.832 > 1.980$) mengindikasikan bahwa H_5 diterima dan H_0 ditolak atau dapat disimpulkan sesungguhnya kebijakan dividen positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

6. Pengaruh Kepemilikan Institusional Asing Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kebijakan Dividen

Hasil yang diperoleh dengan menggunakan uji sobel (sobel tes) yaitu pengaruh kepemilikan institusional asing terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan dividen yaitu nilai t_{hitung} sebesar 0.0621 lebih kecil dari t_{tabel} 1.980 ($0.0621 < 1.980$). Dari variabel *intervening* 1 tersebut menunjukkan bahwa H_6 ditolak dan H_0 diterima atau dapat disimpulkan sesungguhnya kepemilikan institusional asing tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan dividen.

7. Pengaruh Kepemilikan Institusional Domestik Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kebijakan Dividen

Hasil yang diperoleh dengan menggunakan uji sobel (sobel tes) yaitu pengaruh kepemilikan institusional Domestik terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan dividen yaitu nilai t_{hitung} 0.0272 lebih kecil dari t_{tabel} 1.980 ($0.0272 < 1.969$). Dari variabel *intervening* 2 tersebut menunjukkan bahwa H_7 ditolak dan H_0 diterima atau dapat disimpulkan sesungguhnya kepemilikan institusional domestik tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan dividen.

Uji Simultan (Uji F/ F_h)

Tabel 8. Uji Simultan Persamaan I

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0.168	2	0.084	4.089	.020 ^b
	Residual	1.990	97	0.021		
	Total	2.158	99			

a. Dependent Variable: DPR
 b. Predictors: (Constant), KID, KIA

Sumber: (Data diolah SPSS 25, 2022)

Tabel 9. Uji Simultan Persamaan II

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.885	3	1.962	14.438	.000 ^b
	Residual	13.044	96	0.136		
	Total	18.929	99			

a. Dependent Variable: Tobin's Q
 b. Predictors: (Constant), DPR, KID, KIA

Sumber: (Data diolah SPSS 25, 2022)

Berdasarkan perolehan dari *path analysis* (analysis jalur) pada tabel persamaan pertama dengan nilai sig. F sebesar $0.020 < 0.05$ dan nilai F_{hitung} sebesar $4.089 > F_{tabel}$ 3.07 yang menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa kepemilikan institusional asing dan kepemilikan institusional domestik berpengaruh secara signifikan terhadap kebijakan dividen. Dan perolehan pada analisis berganda pada tabel persamaan kedua diperoleh nilai sig. F sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai F_{hitung} sebesar $14.438 > F$

tabel 2.68 yang menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, maka dapat disimpulkan kepemilikan institusional asing, kepemilikan institusional domestik dan kebijakan dividen berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 10. Koefisien Determinasi Persamaan I

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.279 ^a	0.075 ^b	0.059	0.14322

a. Predictors: (Constant), KID, KIA
 b. Dependent Variable: DPR

Sumber: (Data diolah SPSS 25, 2022)

Berdasarkan tabel 4.17 diatas nilai R square menunjukkan sebesar 0.059 atau 5.9%. Hal ini menandakan bahwa variasi variabel eksogen yaitu Struktur Kepemilikan yang diproksi dengan (Kepemilikan Institusional Asing dan Institusional Domestik) terhadap variasi variabel endogen yaitu *Dividend Payout Ratio* adalah 5.9% dan sisanya 94.1% adalah kontribusi dari variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Tabel 11. Koefisien Determinasi Persamaan II

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.558 ^a	0.311	0.289	0.36861

a. Predictors: (Constant), DPR, KID, KIA
 b. Dependent Variable: Tobin's Q

Sumber: (Data diolah SPSS 25, 2022)

Berdasarkan tabel 4.18 diatas nilai R square menunjukkan sebesar 0.289 atau 28.9%. Hal ini menandakan bahwa variasi variabel eksogen yaitu *Dividend Payout Ratio* dan Struktur Kepemilikan yang diproksi dengan (Kepemilikan Institusional Asing dan Institusional Domestik) terhadap variasi variabel endogen yaitu Nilai Perusahaan adalah 28.9% dan sisanya 71.1% adalah

kontribusi dari variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Pengaruh Kepemilikan Institusional Asing terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa kepemilikan institusional asing berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan demikian menyatakan bahwa hipotesis pertama dapat diterima. Hasil uji hipotesis ini menunjukkan bahwa kepemilikan saham institusional asing mengalami peningkatan, maka nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan.

Meningkatnya nilai perusahaan disebabkan meningkatnya *monitoring* yang dilakukan oleh kepemilikan institusional asing, hal ini mampu mengurangi adanya *agency conflict* yang terjadi dalam perusahaan. Adanya investor asing dalam perusahaan Indonesia memberikan keuntungan bukan hanya berupa sumbangan dana investasi melainkan secara *non-financial* yang dapat menaikkan kinerja perusahaan dengan mempekerjakan manajemen yang berkualitas, penggunaan teknologi yang lebih baik, dan memasuki pasar baru. Mekanisme kontrol serta pengawasan yang dilakukan oleh investor asing dievaluasi lebih berpengaruh terhadap kinerja manajemen (Prasetyanto & Chariri, 2013) dalam (Ahmad et al., 2017:2614).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rely & Arsjah (2018:54) menyatakan bahwa kepemilikan asing berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, kepemilikan asing memperoleh manfaat untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan, meningkatkan efisiensi operasional, dan

mendorong perusahaan untuk terus berinovasi. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Vitalia & Widyawati (2016:18), Ahmad et al., (2017:2617), Linda & Kurnia (2017:17) dan Trisnabudi & Fitria (2015:18) bahwa kepemilikan institusional asing berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Kepemilikan Institusional Domestik terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa \ bahwa kepemilikan institusional asing berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan demikian menyatakan bahwa hipotesis kedua diterima. Hasil uji hipotesis ini menunjukkan bahwa kepemilikan saham institusional domestik mengalami peningkatan, maka nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan.

Kepemilikan institusional domestik memiliki peran penting dalam meminimalisasi *agency conflict* yang disebabkan antara manajer dan pemegang saham. Investor institusi domestik yang menanamkan modalnya akan memantau sudah sejauh mana dana tersebut ditanamkan secara profesional dan kemudian melakukan pengontrolan tinggi terhadap manajer. Artinya, investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan ingin dana tersebut digunakan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Oleh karena itu, pemilik dana terus melakukan pengontrolan secara efektif terhadap manajer yang mengelola dana mereka agar digunakan sesuai dengan apa yang pemegang saham inginkan yaitu meningkatkan kinerja perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Linda & Kurnia (2017:17) menemukan bahwa

tingginya rasio kepemilikan saham institusional domestik akan berpengaruh pada harga saham perusahaan dipasar modal yang pada akhirnya kepemilikan institusional tidak menjadi mekasmisme bagi perusahaan untuk menambahkan nilai. Penelitian juga sejalan dengan penelitian Vitalia & Widyawati (2016:18), Trisnabudi & Fitria (2015:18) bahwa kepemilikan institusional domestik berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penemuan hasil ini berbeda dengan penelitian Rohim et al., (2019:420) menyatakan bahwa kepemilikan institusional domestik berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Kepemilikan Institusional Asing terhadap Kebijakan Dividen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kepemilikan institusional asing berpengaruh negatif secara signifikan terhadap kebijakan dividen, dengan ini hipotesis ketiga dinyatakan diterima. Hasil uji hipotesis ini mengindikasikan bahwa kepemilikan saham institusional asing yang mengalami peningkatan dapat menurunkan kebijakan dividen.

Kepemilikan institusional asing di Indonesia memiliki nilai rata-rata atau mean sebesar 37.68% dari total observasi 125, hal ini bisa dikatakan bahwa kepemilikan institusional cukup besar. Meningkatnya kepemilikan institusional asing dapat menyebabkan menurunnya kebijakan dividen. Hal ini disebabkan pengawasan secara aktif yang dilakukan investor asing terhadap manajer memerlukan biaya agensi sehingga aktiva yang diperoleh perusahaan akan menurun dan memicu dividen yang dibayarkan ke pemegang saham pun sedikit. Hasil penelitian ini mendukung

teori agensi yang menyatakan bahwa semakin bertambahnya pengawasan yang dilakukan oleh kepemilikan institusional maka perusahaan harus mengeluarkan biaya yaitu biaya keagenan (*agency cost*) yang berasal dari aktiva perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Al-Najjar & Kilincarslan (2016:20) menemukan bahwa kepemilikan asing berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kebijakan dividen. Artinya, kepemilikan asing lebih tinggi menghasilkan pembayaran dividen lebih rendah. Dan menyarankan kepada investor asing di Turki untuk berinvestasi dalam saham yang memiliki kekuatan pertumbuhan jangka panjang dibandingkan penghasilan dividen jangka pendek. Penelitian juga sejalan dengan penelitian Jeon et al., (2011:371), Roy (2015:65), dan Shubita & Shubita (2019:112) bahwa kepemilikan asing berpengaruh negatif secara signifikan terhadap kebijakan dividen. Namun penemuan hasil ini berbeda dengan penelitian Jacob & Jijo Lukose (2018:75) dan Thanatawee (2013:127) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusi asing tidak berpengaruh terhadap kebijakan dividen.

Pengaruh Kepemilikan Institusional Domestik terhadap Kebijakan Dividen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa kepemilikan institusional domestik tidak berpengaruh terhadap kebijakan dividen, dengan ini hipotesis keempat dinyatakan ditolak. Hasil uji hipotesis ini menunjukkan bahwa besar kecilnya kepemilikan saham institusional domestik tidak memiliki pengaruh terhadap kebijakan dividen. Kepemilikan institusional domestik di Indonesia memiliki rata-rata atau mean sebesar 38.21% dengan total observasi 125.

Peningkatan persentase kepemilikan institusional domestik akan mengarah pada kinerja manajemen diawasi secara optimal (Rohim et al., 2019:420). Namun berdasarkan hasil penelitian ini menandakan bahwa meningkatnya kepemilikan saham institusional domestik pada jangka waktu tertentu tidak dapat menurunkan kebijakan dividen begitupun sebaliknya, menurunnya kepemilikan saham institusional domestik pada jangka waktu tertentu tidak dapat menaikkan kebijakan dividen. Artinya bahwa meningkatnya kepemilikan saham maka meningkatnya juga kebijakan dividen, namun tidak dapat mengurangi *agency conflict* pada perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *signaling theory*, dimana kebijakan dividen seringkali dipandang sebagai sinyal bagi investor dalam menilai baik buruknya suatu perusahaan, sekaligus sebagai sumber pendapatan bagi investor (Sari & Petrisia, 2019:638). Kebijakan dividen memiliki kandung informasi mengenai perusahaan sehingga investor dapat memutuskan apakah perusahaan tersebut pantas menerima dana yang mereka berikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nguyen & Li (2020:13) menemukan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pembayaran dividen. Artinya, investor institusi cenderung tidak menyetujui pembayaran dividen yang lebih tinggi, atau setidaknya tidak tertarik pada hasil dividen yang lebih tinggi atau sejarah perusahaan pembayaran dividen. Adapun kemungkinan bahwa kepemilikan institusional domestik memiliki keinginan lain seperti tidak mengambil keuntungan dari dividen agar laba yang diperoleh perusahaan dapat dijadikan ekspansi

bisnis sehingga kinerja perusahaan semakin meningkat yang pada akhirnya harga saham dan keuntungan bagi investor juga meningkat. Penelitian juga sejalan dengan penelitian Jeon et al., (2011:361) dan Roy (2015:65) bahwa kepemilikan institusional domestik tidak berpengaruh terhadap kebijakan dividen. Namun penemuan hasil ini berbeda dengan penelitian Jacob & Jijo Lukose (2018:75-77), Thanatawee (2013:127) dan Kurniawati et al., (2015:67) menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif secara signifikan terhadap kebijakan dividen. Sedangkan, hasil penelitian Al-Najjar & Kilincarslan (2016:22) menemukan bahwa kepemilikan institusional domestik berpengaruh negatif secara signifikan terhadap kebijakan dividen.

Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan ini hipotesis kelima dinyatakan diterima. Hasil uji hipotesis ini menandakan bahwa kebijakan dividen mengalami kenaikan dapat menaikkan nilai perusahaan. Kebijakan dividen adalah keputusan keuangan tentang pembagian dividen apakah perlu dibayarkan kepada *principal* atau ditahan dalam bentuk laba ditahan. Apabila manajemen menentukan untuk membagikan dividen akibatnya yaitu jumlah laba ditahan menurun, sehingga sumber pendanaan internal juga menurun. Sebaliknya, jika manajemen menentukan tidak membagikan dividen, maka dapat meningkatkan pendanaan dari sumber dana internal (Alamsyah & Muchlas, 2018:11). Penelitian ini mendukung *bird in the hand theory* yang

dikemukakan oleh Gordon dan Lintner menyatakan bahwa investor lebih menginginkan pembagian laba dalam bentuk dividen dibandingkan laba yang berbentuk *capital gain* (Brigham & Huston, 2010) dalam (Kurniawati et al., 2015:62). Artinya, Pembagian dividen tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan, begitupun sebaliknya pembagian laba rendah maka nilai perusahaan menurun.

Penelitian ini juga mendukung teori sinyal yang berpendapat bahwa dividen dapat bertindak sebagai sinyal mahal untuk menunjukkan kualitas perusahaan kepada investor luar (Bhattacharya, 1979, 1980; Miller & Rock, 1985) dalam (Jacob & Jijo Lukose, 2018:57). Pembagian dividen merupakan *sinyal* positif kepada investor yang berinvestasi sebagian dananya sebab investor lebih menginginkan pengembalian return atas investasinya. Pembagian dividen sebagai informasi perusahaan mencerminkan prospek perusahaan yang akan menguntungkan dimasa depan. Penilaian yang diberikan investor baik maka prospek perusahaan tersebut baik sehingga dapat meningkatkan harga saham yang pada akhirnya berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari & Petrisia (2019:642) mengungkapkan bahwa kebijakan dividen yang diukur dengan *dividend payout ratio* berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan tingginya dividen yang dibagikan oleh perusahaan dapat mempengaruhi harga saham, besarnya harga saham dan pembayaran dividen yang konsisten oleh perusahaan akan memikat investor untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan, sehingga nilai perusahaan di

mata investor akan semakin meningkat. Penelitian juga sejalan dengan penelitian Alamsyah & Muchlas (2018:15), Putra & Lestari (2016:4062), Trisnabudi & Fitria (2015:18-19), Rizqia et al., (2013:127), dan Artini & Puspaningsih (2011:73) bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Kepemilikan Institusional Asing terhadap Nilai Perusahaan melalui Kebijakan Dividen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keaman dinyatakan kebijakan dividen tidak dapat memediasi kepemilikan institusional asing terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menyatakan bahwa struktur kepemilikan yang diproksi dengan kepemilikan institusional asing tidak dapat meningkatkan kebijakan dividen. Artinya, meningkatnya pengawasan secara aktif dilakukan oleh investor institusi asing dapat menyebabkan manajer selalu diawasi sehingga tidak dapat menggunakan hak mereka dalam menentukan kebijakan dividen kedepannya. Hal ini dapat memberikan risiko bagi perusahaan ketika manajer salah mengambil keputusan mengenai dividen yang dibagikan. Dividen yang dibagikan baik tinggi maupun rendah tidak melibatkan tinggi maupun rendahnya nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung *dividen irrelevance theory* yang dikemukakan oleh Modigliani dan Miller menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak memiliki pengaruh, baik terhadap nilai perusahaan ataupun biaya modal. Dan teori ini mengatakan juga sebenarnya nilai suatu perseroan tidak tetap pada tinggi rendahnya *Dividen Payout Ratio (DPR)* namun ditetapkan pada *net profit* sebelum pajak (EBIT) dan

risiko usaha (Brigham & Huston, 2010) dalam (Kurniawati et al., 2015:62).

Hasil penelitian ini penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Jacob & Jijo Lukose (2018:75), begitupun dengan penelitian Mardiyati et al., (2012:15) mengemukakan bahwa kepemilikan institusional asing tidak berpengaruh terhadap kebijakan dividen, sehingga kebijakan dividen tidak dapat memediasi hubungan kepemilikan institusional asing terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Kepemilikan Institusional Domestik terhadap Nilai Perusahaan melalui Kebijakan Dividen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketujuh dinyatakan kebijakan dividen tidak dapat memediasi kepemilikan institusional Domestik terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur kepemilikan yang diproksi dengan kepemilikan institusional domestik tidak dapat meningkatkan kebijakan dividen. Penelitian tidak mendukung teori sinyal yang menyampaikan bahwa dividen dapat bekerja sebagai sinyal mahal bagi investor. Hal ini disebabkan, meningkatnya kepemilikan saham institusional tidak dapat mempengaruhi kebijakan dividen, karena terdapat pemegang saham atau investor tidak menginginkan dividen yang tinggi ataupun tidak adanya pembagian dividen. Sehingga, investor yang tidak dapat sinyal baik memutuskan untuk berpindah atau mencari perusahaan lain yang mempunyai sinyal positif mengenai pembagian dividen yang pada akhirnya harga saham perusahaan tersebut menurun dan akan berdampak pada menurunnya nilai perusahaan. Menurunnya nilai perusahaan disertai

juga menurunnya kesejahteraan pemegang saham yang mana mencerminkan dividen yang dibayarkan.

Namun hasil penelitian ini sejalan dengan *dividen irrelevance theory* yang dikemukakan oleh Modigliani dan Miller (MM) yang menyatakan bahwa Kebijakan dividen tidak memiliki pengaruh, baik terhadap nilai perusahaan ataupun biaya modal (Brigham & Huston, 2010) dalam (Kurniawati et al., 2015:62). Sehingga, ditarik kesimpulan bahwa kebijakan dividen tidak mampu memediasi kepemilikan institusional domestik terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan Jeon et al., (2011:361), begitupun dengan penelitian Sukirni (2012:9) yang mengemukakan bahwa kepemilikan institusional domestik tidak berpengaruh terhadap kebijakan dividen, sehingga kebijakan dividen tidak dapat memediasi hubungan kepemilikan institusional domestik terhadap nilai perusahaan.

PENUTUP Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Kepemilikan Institusional Asing berpengaruh positif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan. 2) Kepemilikan Institusional Domestik berpengaruh positif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan. 3) Kepemilikan Institusional berpengaruh negatif secara signifikan terhadap Kebijakan Dividen. 4) Kepemilikan Institusional tidak berpengaruh terhadap Kebijakan Dividen. 5) Kebijakan Dividen berpengaruh positif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan. 6) Kebijakan

Dividen Sebagai variabel mediator tidak mampu memediasi pengaruh Struktur Kepemilikan (Kepemilikan Institusional Asing) terhadap Nilai perusahaan. 7) Kebijakan Dividen sebagai variabel mediator tidak mampu memediasi pengaruh Struktur Kepemilikan diproksi dengan (Kepemilikan Institusional Domestik) terhadap Nilai perusahaan.

Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan dari hasil penelitian ini dengan harapan dapat dijadikan informasi di masa yang akan datang, saran tersebut adalah sebagai berikut: 1) Bagi Perusahaan, diharapkan dapat terus berusaha dalam meningkatkan nilai perusahaan karena nilai tersebut mencerminkan harga saham perusahaan. 2) Bagi Investor yang ingin mengambil keputusan untuk berinvestasi, sebelumnya harus mengenali terlebih dahulu perusahaan yang akan dijadikan tempat berinvestasi. 3) Bagi Peneliti Selanjutnya: a) Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian pada sektor perusahaan seperti Manufaktur, Properti dan Real Estate, Infrastruktur, dan lain-lain. b) Rentang waktu yang digunakan tidak hanya 5 tahun sehingga informasi yang dihasilkan dapat mendukung penelitian-penelitian sebelumnya. c) Disarankan untuk penelitian selanjutnya yang menggunakan variabel struktur kepemilikan yang diproksi dengan kepemilikan keluarga, kepemilikan publik dan kepemilikan pemerintah. Dan variabel endogen yakni nilai perusahaan disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dapat mengganti proksi lain contohnya PER dan PBV. Serta penggunaan variabel mediator yakni kebijakan dividen dapat dikembangkan dengan menambahkan atau

menggantikan variabel *intervening* seperti *leverage*, profitabilitas, kualitas laba dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F. M. I., Kristanti, F. T., & Triyanto, D. N. (2017). *Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015)*. 4(3), 2613–2618.
- Al-Najjar, B., & Kilincarslan, E. (2016). The effect of ownership structure on dividend policy: evidence from Turkey. *Corporate Governance (Bingley)*, 16(1), 135–161. <https://doi.org/10.1108/CG-09-2015-0129>
- Alamsyah, A. R., & Muchlas, Z. (2018). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Struktur Modal, Dan Ios Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Terdaftar Di Bei. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 12(1), 9–16. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v12i1.5>
- Anita, A., & Yulianto, A. (2016). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Management Analysis Journal*, 5(1), 17–23.
- Artini, L. G. S., & Puspaningsih, N. L. A. (2011). Struktur Kepemilikan Dan Struktur Modal Terhadap Kebijakan Dividen Dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 15(1), 66–75.
- Jacob, C., & Jijo Lukose, P. J. (2018). Institutional Ownership and Dividend Payout in Emerging Markets: Evidence from India.

- Journal of Emerging Market Finance*, 17(1_suppl), S54–S82. <https://doi.org/10.1177/0972652717751538>
- Jensen, C., & Meckling, H. (1976). *Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*. 3, 305–360.
- Jeon, J. Q., Lee, C., & Moffett, C. M. (2011). Effects of foreign ownership on payout policy: Evidence from the Korean market. *Journal of Financial Markets*, 14(2), 344–375. <https://doi.org/10.1016/j.finmar.2010.08.001>
- Kurniawati, L., Manalu, S., & Ovtavianus, R. J. N. (2015). Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Kebijakan Dividen, dan Harga Saham. *Jurnal Manajemen*, 15(1), 59–74. <https://journal.maranatha.edu/index.php/jmm/article/view/26>
- Kusumawati, R., & Nuraflati, L. M. (2018). *Determinan Nilai Perusahaan: Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Dividen, Dan Kebijakan Hutang*. 3(1), 300–310.
- Linda, W. M., & Kurnia. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6, 1–20.
- Mardiyati, U., Ahmad, G. N., & Putri, R. (2012). Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 1–17. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i4.30859>
- Mutua, P. K. (2015). *The Relationship Between Domestic Investment Activity and Market Returns at The Nairobi Securities Exchange*. 1–63. <https://doi.org/10.1145/3132847.3132886>
- Nguyen, T., & Li, H. (2020). Dividend policy and institutional holdings: Evidence from australia. *International Journal of Financial Studies*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.3390/ijfs8010012>
- Putra, A. N. D. A., & Lestari, P. V. (2016). Pengaruh Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(7), 4044–4070. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i05.p25>
- Putra, A. P. T., & Yunita, I. (2019). The Effect of Ownership Structure and Leverage on Firm Value. *E-Proceeding of Management*, 6(2), 3778–3786.
- Rely, G., & Arsjah, R. J. (2018). An effecting of foreign ownership structure in firm value towards offshore debt financing in manufacturing firms. *Research Journal of Finance and Accounting*, 9(12), 46–56.
- Rizqia, D. A., Aisjah, S., & Sumiati. (2013). *Effect of Managerial Ownership , Financial Leverage , Profitability , Firm Size , and Investment Opportunity on Dividend Policy and Firm Value*. 4(11), 120–130.
- Rohim, M., Syamsudin, & Satriawi, S. P. W. (2019). of Ownership Structure on Firm Value with Profitability as a Moderating Variabel. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 18(1), 122–129.

- Roy, A. (2015). Dividend policy and corporate governance: an analysis of listed Indian firms. *The Great Lakes Herald*, 9(2), 33–75. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2693027
- Saputra, I. P. A., & Mahyuni, L. P. (2018). Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(3), 64–81.
- Sari, R. M., & Petrisia, D. (2019). *The Effect of Institutional Ownership , Capital Structure , Dividend Policy , and*. 97(Piceeba), 637–645.
- Shubita, R., & Shubita, M. F. (2019). The impact of foreign ownership on corporate governance: Evidence from an emerging market. *Investment Management and Financial Innovations*, 16(2), 101–115. [https://doi.org/10.21511/imfi.16\(2\).2019.09](https://doi.org/10.21511/imfi.16(2).2019.09)
- Sukirni, D. (2012). Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Deviden Dan Kebijakan Hutang Analisis Terhadap Nilai Perusahaan. *Accounting Analysis Journal*, 1(2). <https://doi.org/10.15294/aa.v1i2.703>
- Thanatawee, Y. (2013). Ownership Structure and Dividend Policy: Evidence from Thailand. *International Journal of Economics and Finance*, 5(1), 121–132. <https://doi.org/10.5539/ijef.v5n1p121>
- Trisnabudi, A. N., & Fitria, A. (2015). Struktur Kepemilikan, Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Hutang. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 4(6), 1–23.
- Vitalia, A., & Widyawati, D. (2016). Pengaruh Struktur Kepemilikan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Properti Di BEI. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(1), 1–21. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/1521/1536>
- www.idx.co.id diakses pada 14 Maret 2022.

Investigating Banking Profitability: Evidence from Commercial Banks in Emerging Country

Firly Irhamni¹, Isnaitul Fatihah²

^{1,2}Departement of Management, Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya

¹firhamni@unusa.ac.id

Abstract: *We empirically analyse the determinants of commercial banking profitability in Indonesia for the period 2014-2018. We contribute to the growing literature in practical ways, first we propose suggestion to the business of the commercial banking sector in Indonesia, especially in decision-making of financial condition, in order to maximize the performance of the company and shareholders, so that the banking company's shares can continue to survive and have large returns. Also, it is expected to provide insight and knowledge about the extent to which the relationship between the banking sound's level variable and its Profitability. The sample in this study amounted to 17 banking companies. This study uses purposive sampling method and we apply multiple linear regression approach with SPSS. We found that credit portfolio quality has a negative and significant effect on profitability, bank solvency has a positive and significant effect on profitability, interest level has a positive and insignificant effect on profitability. Efficiency ratio has a negative and insignificant effect on profitability, and liquidity has a positive and insignificant effect on profitability.*

Keywords: *bank profitability, emerging economy, credit quality, solvency, interest margin, efficiency*

Introduction

As a crucial component of a nation's financial system, banks play a significant role in the economy's success. In fact, there is a direct correlation between the improvement of this sector's performance and the acceleration of a nation's economic growth (Graff, 2003; Rajan & Zingales, 1998). In order to diversify idiosyncratic credit risk by maintaining portfolios of several loans, among other things, banks play a key role in the economy by adjusting liquidity as well as boosting the productive sectors of a nation. Bank Indonesia classified banking industry into business activity groups (Indonesian Banking Booklet, 2013). Commercial Bank for Business Activities is the abbreviation for BUKU, which refers to a level of banking organizations depending on the quantity of core capital. A financial organization known as Commercial Bank Business Activity One (BUKU 1) has a core capital, or minimum capital, that ranges from IDR 100 billion to less than IDR 1 trillion. A minimum of 55% of all loan or funding is given to MSMEs for productive purposes. The core capital of Commercial Bank for Business Activities Two (BUKU 2) is between IDR 1 trillion and IDR 5 trillion. At least 60% of all loans go to lending to MSMEs or to productive finance for them. Commercial Banks Three (BUKU 3) banks with core capital ranging from \$5 trillion to \$30 trillion conduct business. At only 65% of total loans, productive lending to MSMEs is at its lowest level. In comparison to other BUKU banks, Four Commercial Banks (BUKU 4) are the banks with the largest capital. A bank with basic capital of IDR 30 trillion is called Bank BUKU 4. At least 70% of all loans is the aim for BUKU 4 credit.

A bank's ability and client loyalty will be impacted by its soundness assessment. In accordance with Bank Indonesia Regulation (PBI) No. 6/10 / PBI / 2004 regarding the Rating System for Commercial Bank Soundness and (BI Circular, 2004) regarding the Rating System for Commercial Banks using the CAMELS method, which includes the factors of capital, asset quality, management, earning, liquidity, and sensitivity to market risk.

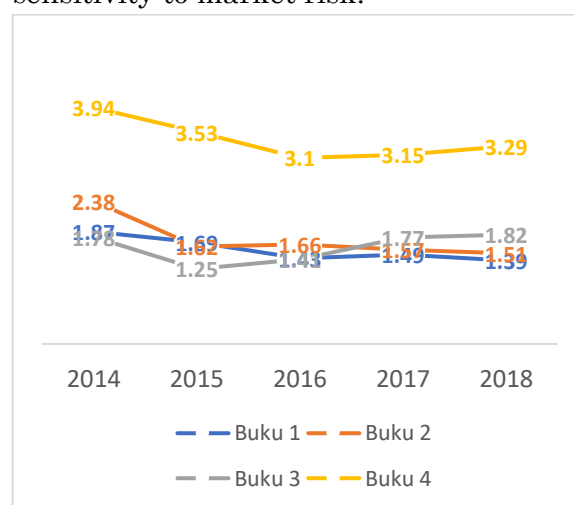


Figure 1. The chart of profitability comparison of Indonesia Commercial Banks 2014 – 2018

In the figure the level of profitability at BUKU 2 in 2014 increased from the previous year to 2.38 while in 2015 it decreased significantly to 1.62 but in 2016 it increased to 1.66 and in the last year 2017 and 2018 it decreased from 1.57 to 1.51. Then in BUKU 3, there was a fluctuation in 2014 of 1.98, while in 2015 it decreased compared to the previous year to 1.25, in 2016 to 2018 profitability increased from 1.43 to 1.82.

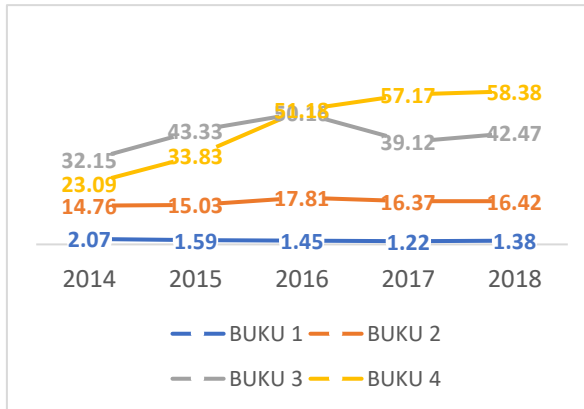


Figure 2. The chart of credit portfolio quality of Indonesia Commercial Banks 2014 – 2018

In figure 2, the level of quality of the credit portfolio in BUKU 2 experienced a slight increase in 2016 while in 2017 and 2018 it decreased slightly from 2016 which tended to be stable. While in BUKU 3 from year to year there has been a very large increase. While in BUKU 4 in 2014-2016 there was an increase but in 2017 it had decreased before increasing again in 2018.

LITERATURE REVIEW

Credit quality rating is the evaluation of the credit risk connected to a particular asset, such as a bond or stock portfolio. In Indonesia, non-performing asset or loans (NPLs) are used to assess a bank's credit portfolio quality. NPL is measured as a percentage of the total credit extended to customers and is used to compare the amount of credit extended to customers and the level of collectability or payment by customers who have not complied with the terms of the agreement. Non-Performing Loans (NPLs) are loans that have been disbursed, but are substandard, doubtful, and non-performing. Based on data obtained from Bank Indonesia, it is known that the development of the NPL ratio of

commercial banks in Indonesia during 2007-2011 experienced a downward trend from the beginning to the end of the research year. Irwan (2018), Usman (2016) research results show that credit quality has a positive and insignificant effect. In contrast to the research conducted by Hartono (2017) credit quality has a positive and significant effect on ROA. Dewi (2017), Wulandari dan Purbawangsa (2019), Nurhasanah and Maryono (2021) agree that credit quality with NPL as proxy is important as internal determinants of profitability for the banking sector.

$$NPL = \frac{\text{Non performing assets}}{\text{Total loans}} \times 100\%$$

In solvency capability, the bank evaluates its capacity to fulfil its debts over the long run. Understanding the bank's ability to fulfill its obligations is necessary. One of the indicators is Capital Adequacy Ratio (CAR), this ratio makes it easier to comprehend how much loss the bank can take before going bankrupt. It is a measurement of the amount of capital a bank has available represented as a share of its risk-weighted credit exposure. CAR is a capital adequacy ratio that functions to accommodate the risk of loss that a bank may face. The higher the solvency, the better the bank's ability to bear the risk of any risky credit (Rahman, 2017). The amount of capital of a bank, will affect the level of public confidence in bank performance (Mawardi, 2005). According to research conducted by Hartono (2017), Avrita and Demi (2016), Sabir et al. (2012) show the results that bank solvency has a positive and significant effect on profitability. Also, Praja and Hartono (2019) found positive effect on profitability

in Indonesia National Private Commercial Bank. Therefore, we argue that bank solvency capability has positive effect on profitability. In this regard we apply capital adequacy ratio as follow:

$$CAR = \frac{\text{capital}}{\text{risk-weighted asset}} \times 100\%$$

Interest level margin is a measurement of the net return on the earning assets of the bank, which include loans, leases, and investment securities. It is calculated by dividing interest revenue less interest expense by assets with a positive yield. The greater this ratio will increase interest income on productive assets managed by the bank so that the bank is in good condition. So, it can be concluded that the greater the change in the Net Interest Margin (NIM) of a bank, the greater the profitability of the bank, which means that its financial performance is increasing (Sudarmawanti, 2017). Khabibah et al. (2020) and Pinasti and Mustikawati support there is positive significant effect of interest level margin on profitability. Claessens et al. (2018) also support that when interest income drops, the profitability falls in banking sector cross country. We hypothesize that there is positive relationship between interest level margin and profitability. We apply NIM ratio, as follow:

$$NIM = \frac{\text{Net interest income}}{\text{Earning assets}}$$

Operational costs are used to measure the level of efficiency and ability of the bank in carrying out its operational activities. Operational costs are costs incurred by banks in carrying out their main business activities such as (interest costs, labor costs, marketing costs, and other costs). operating income is the main

income of a bank, namely interest income obtained from placement of funds in the form of credit and other operating income. there are few studies related to efficiency and profitability, e.g. Guillén et al. (2014) and Chortareas et al. (2011). Both have found a positive relationship between efficiency and profitability. The smaller this ratio, the more efficient the operational costs incurred by the bank so that the possibility of a bank is in good condition. Mukti (2019) present that efficiency ratio with operational cost variable has a direct effect on profitability. Also, Avrita and Pangestuti (2016) and Haruna (2013). Here, we expect that efficiency has adverse effect on profitability

$$BOPO = \frac{\text{Operational expenses}}{\text{Operational income}} \times 100\%$$

Liquidity ratio used to measure the level of bank liquidity that shows the demand for credit by using the total assets owned by the bank. (Sudarmawanti, 2017). The provisions of the Loan to Deposit Ratio (LDR) according to Bank Indonesia in the Circular Letter of Bank Indonesia No. 26/5/BPPP dated May 29, 1993 concerning procedures for assessing the soundness of commercial banks, stated that the soundness of banks is for the benefit of all parties concerned, then Bank Indonesia stipulates:

1. For Loan to Deposit Ratio (LDR) of 110%, or more, the credit score is zero (0), meaning that the bank's liquidity is not healthy.
2. For Loan to Deposit Ratio (LDR) below 110%, a credit score of 100 is given, meaning that the bank's liquidity is healthy.

Some empirical evidences present that liquidity has a positive significant effect on profitability, such studies from Harun (2016), Chiaramonte and Casu (2017) and Faridz (2019). We assume that there is positive significant effect of liquidity on profitability, this ratio can be formulated as follows:

$$LDR = \frac{\text{Total credit}}{\text{Total deposit of third party}} \times 100\%$$

- a. H1: The credit quality rating has a negative and significant effect on profitability
- b. H2: The solvency capability has a positive and significant effect on profitability
- c. H3: The interest level margin has a positive and significant effect on profitability
- d. H4: Efficiency has a negative and significant effect on Profitability
- e. H5: Liquidity has a negative and significant effect on profitability
- f. H6: Credit quality, solvency capability, interest level margin, efficiency and liquidity have a positive and significant effect on profitability

METHOD AND DATA COLLECTION

Table 1 Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic
Credit quality	85	.00	.28	.0289	.05146
Banking solven	85	.00	.48	.1670	.09163
Interest level	85	.00	.41	.0480	.05244
Efficiency	85	.01	1.51	.6808	.35134
Liquidity	85	.07	1.13	.7272	.29954
profitability	85	-.04	1.00	.0232	.10824
Valid N (listwise)	85				

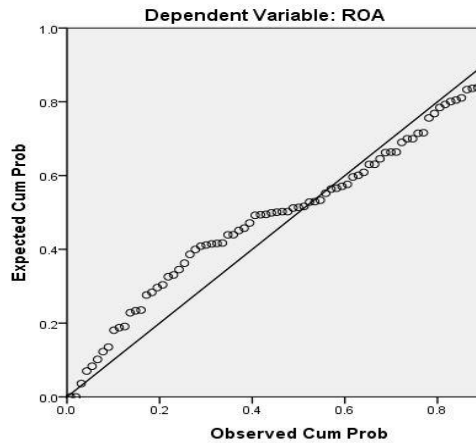
Our study applies purposive sampling, a sampling approach that takes into account certain criteria, was utilized in this study to pick the sample. The following criteria are utilized in research sampling as follow: Banking companies that provide complete financial reports for the 2014-2018 period, that have standard financial data according to the needs of this study during the 2014-2018 period, that are listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2014-2018, Banking companies that fall under the category of Commercial Bank Business Activities 2 and 3 (BUKU 2 and BUKU 3). The following is a sample of data that the authors have obtained as many as 17 banking companies.

We test our hypotheses using multiple linear regression is measured using SPSS version 24. Before analysing the data, we remove firms without at least 3 consecutive year balance data for all the variables. This is because such firms cannot be used to calibrate the model. Thus, the models are specified as follows:

$$\begin{aligned} \text{Banking profitability} &= \beta_0 + \beta_1(\text{credit quality}) \\ &+ \beta_2(\text{banking solvency}) \\ &+ \beta_3(\text{interest level}) \\ &+ \beta_4(\text{efficiency ratio}) \\ &+ \beta_5(\text{liquidity ratio}) + \epsilon \end{aligned}$$

RESULTS AND DISCUSSION

Normal P-P Plot of Regression Standardized Resid

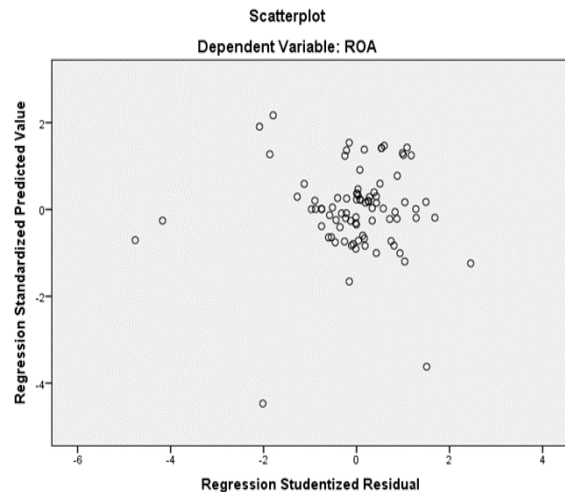


Normality test

Based on the test results in the image above, it shows that the points spread coincide around the diagonal line and follow the diagonal line. This shows that the variables are normally distributed.

meets a tolerance value of more than 0.10 and a VIF value of less than 10.

Heteroscedasticity Test



Based on the test results in the image above, it shows that the dots spread out randomly and do not converge in one place. This shows that there are no symptoms of heteroscedasticity.

Multicollinearity Test

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Credit quali	.946	1.057
	Bank solven	.723	1.384
	Interest lev	.859	1.168
	Efficiency	.726	1.378
	Liquidity	.752	1.330

The multicollinearity test results show that there is no symptoms of multicollinearity because the results

Autocorrelation Test

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.476	.227	.178	.01310	1.993

Based on the test results, the Durbin-Watson value is 1.993, which means that the DW value is between -2 to +2, it can be concluded that there is no autocorrelation problem. Also, from the test results above, the Adjusted R Square value is 0.178. This means that 17.8% of

Profitability (ROA) is influenced by credit quality and bank solvency. While the remaining 82.2% is influenced by other variables.

F Test (Simultaneous)

ANOVA^a

		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.004	5	.001	4.62	.001 ^b
	Residual	.014	7	.000	9	
	Total	.018	9			
			8			
			4			

- a. Dependen Variabel: profitability
- b. Predictors: (Constant), credit quality, bank solvency, interest level, efficiency, liquidity

From the F test result the F value of 4.629 with a significant 0.001, namely <0.05 (specified), it means that all variables together show significant effect on profitability.

T test (partial)

Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	-.743	.460
	Credit quali	-2.983	.004
	Bank solven	2.496	.015
	Interest lev	1.864	.066
	Efficiency	-.221	.826
	Liquidity	1.584	.117

- a. Dependent Variabel: profitability

The significant value of T for the credit quality is 0.004 <0.05, so the credit quality partially has a significant

negative effect on the profitability. It is found that the credit quality showed a negative and significant effect on profitability in banking companies listed on the IDX for the 2014-2018 period. The worse the credit quality, the lower the profitability, on the contrary, if the credit quality good, the ROA will increase. It is necessary for management to conduct a better analysis when management decides to extend credit to the public (customers), thereby minimizing the occurrence of non-performing loans. This result is in accordance with Ni Kadek Alit Pradina Putri, et al. (2018) which shows that credit quality has a negative significant effect on profitability.

Bank solvency is also positively related with significant value 0.015 <0.05, on the profitability variable. The decline in bank's solvency with CAR proxy reflects a bank's capital is weak, so is profitability. Conversely, the higher the solvency, the higher the profitability, because bank's earning will be higher. (Kuncoro, 2002). If the manager of a banking company can manage its capital properly, namely by optimally utilizing its own capital so that the profits obtained will increase because it is not used to finance capital from outside / externally by increasing its own capital, the soundness of the bank related to the capital ratio / capital adequacy will also increase customers trust, as the profit increases. This research is supported by research conducted by Ni Kadek Alit Pradina Putri, et al. (2018), Hartono (2017), Avrita and Demi (2016), Sabir et al. (2012)

Interest level margin variable significant value is 0.066 > 0.05, so that the interest level margin variable partially has a positive and insignificant effect on the Profitability. The higher the profitability, the greater the level of profit achieved by the bank so that the possibility of a bank in a problematic condition is getting smaller (Taswan, 2010). This condition

implies that the change in interest level margin causes little impact on the profitability. Although, there was a decrease in profit from earning interest, the profitability obtained by the bank slightly grows. This is because banks can still obtain other sources of profit such as fee-based income which also has a relatively mild effect on profitability. Our evidence is supported by Ishak et al. (2021) and Rahmi and Sumirat (2021) which shows that the interest level margin has a positive but insignificant effect on profitability.

The significant value of efficiency variable is $0.826 > 0.05$, so that the efficiency variable partially has a negative and insignificant effect on the Profitability. From the test results of the efficiency variable shows a negative and insignificant effect on profitability in banking companies listed on the IDX for the 2014-2018 period. If the efficiency ratio is getting smaller, it can be concluded that the financial performance of a bank is increasing or improving (Riyadi, 2004). Since the level of efficiency tends to be stable during the research period, so that it does not have a major impact on increasing or decreasing. This result is in line with Naeem et al. (2017) and Gunawan et al. (2020).

The significant value of the liquidity variable is $0.117 > 0.05$ so that the liquidity variable partially has a positive and insignificant effect on the Profitability. Liquidity has a positive effect on profitability, indicating that the higher the liquidity, the profitability will increase. However, the results of this study indicate that the liquidity is not significant to profitability because the increase in liquidity value which tends to be low in the period of research data, so it doesn't have a big impact on increase or decrease in profitability. Our finding is supported by Edo and Wiagustini (2014),

Al-Homaidi et al. (2018), and Pradnyawati and Widhiastuti (2020).

CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

Based on the results of the first statistical analysis, it shows that partially credit portfolio quality and bank solvency in BUKU 2 and BUKU 3 Banking Companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2014 – 2018 have a significant negative effect on profitability. Meanwhile, the results of the interest level margin, efficiency ratio and liquidity have insignificant impact on profitability of BUKU 2 and BUKU 3 Banking Companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2014 – 2018. For the simultaneous test result shows that all variables have a significant positive effect on profitability as represented

Overall, our research contributes to some policy makers in banking industry. That profitability is not always determined by the interest margin level and liquidity. As the stability of liquidity value does not guarantee earning level of bank. Many customers use internet banking service than previous years that implies fee-based income generates more profit for the bank. In contrast, the soundness of credit portfolio can give great impact to the banking performance both in short and long period. And the solvency capability that express in the form of the amount of capital a bank has available represented as a share of its risk-weighted credit exposure, completely help banks to co-op with the exposure of many risks. For further studies, it is expected to apply other variables outside of these variables in order to obtain more varied results that can explain what things can affect profitability and to extent the research period. It is also suggested to expand the

scope of research on the effect of financial ratios on the ability of bank management to gain overall profits by exercising external factors such as inflation, TPF, SBI and so on in order to produce better result.

REFERENCES

- Al-Homaidi, E.A., Tabash, M.I., Farhan, N.H.S, and Al-Maqtari, MA. (2018) Bank-specific and macro-economic determinants of profitability of Indian commercial banks: A panel data approach. *Cogent Economics & Finance* Volume 6, 2018 - Issue 1.
<https://doi.org/10.1080/23322039.2018.1548072>
- Avrita, R. D., & Pangestuti, I. R. D. (2016). Analisis Pengaruh CAR, NPL, LDR, NIM, dan BOPO Terhadap Profitabilitas Bank (Perbandingan Bank Umum Go Public dan Bank Umum non Go Public Di Indonesia Periode Tahun 2011-2014). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 366-378.
- Chiaromonte, L., & Casu, B. (2017). Capital and liquidity ratios and financial distress. Evidence from the European banking industry. *The British Accounting Review*, 49(2), 138–161.
- Chortareas, G., Garza-Garcia, J., & Girardone, C. (2011). Banking sector performance in Latin America: Market power versus efficiency. *Review of Development Economics*, 15(2), 307–325.
- Claessens, S., Coleman, N., Donnelly, M., (2018) “Low-For-Long” interest rates and banks’ interest margins and profitability: Cross-country evidence. *Journal of Financial Intermediation* Volume 35, Part A, July 2018, Pages 1-16
- Dewi, A., S. (2017). Pengaruh CAR, BOPO, NPL, NIM, dan LDR Terhadap ROA Pada Perusahaan Di Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2012-2016. *Jurnal Pundi*, 1(3), 223- 236.
- Edo, D.S.R. dan Wiagustini, N.L.P. (2014) Pengaruh Dana Pihak Ketiga, Non-Performing Loan, dan Capital Adequacy Ratio Terhadap Loan To Deposit Ratio dan Return On Assets Pada Sektor Perbankan di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 3.11. Hal 650-674.
- Faridz, Afril Mifda (2019). “Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga, Loan to Funding Ratio, Capital Adequacy Ratio, Inflasi dan Produk Domestik Bruto Terhadap Profitabilitas pada Bank Bumn Persero di Indonesia Periode 2015-2017.” Fakultas Ekonomi dan Bismis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Graff, M. (2003). Financial development and economic growth in corporatist and liberal market economies. *Emerging Markets Finance and Trade*, 39(2), 47 - 69
- Guillén, J., Rengifo, E., & Ozsoz, E. (2014). Relative Power and efficiency as main determinant of

- banks' profitability in Latin America. *Borsa Istanbul Review*, 14(2), 119–125.
- Gunawan, I., Purnamasari, E.D., Setiawan, B. (2020) Pengaruh CAR, NPF, FDR, dan BOPO terhadap Profitabilitas (ROA) pada Bank Syariah Bukopin Periode 2012-2018. *JASMARK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Pemasaran Dan Keuangan*, Vol 1 No 1
- Haruna MA. (2013). Determinants of cost of financial intermediation in Nigeria's pre-consolidated banking sector. *European Scientific Journal, ESJ*. Vol: 9 (19)
- Ishak, E., Dungga, M.F., Amali, L.M., (2022). Pengaruh Kualitas Aktiva Produktif (Kap) Dan Net Interest Margin (Nim) Terhadap Profitabilitas Pada Bank Umum Swasta Nasional Devisa Yang Terdaftar Di Bei Periode 2016-2020. *JAMBURA (jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis)* Vol. 5 No. 1
- Mawardi, W. (2005). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Bank Umum Di Indonesia Studi Kasus Pada Bank Umum Dengan Asset Kurang Dari 1 Triliun. *Jurnal Bisnis Strategi VOL. 12 No. 1*, 83-93.
- Nurhasanah, D. dan Maryono, M. (2021). Analisa pengaruh rasio keuangan terhadap profitabilitas pada perusahaan perbankan periode 2016 – 2018. *Jurnal Polines Finance and Business*. Vol. 9 No. 1
- Khabibah, N.A., Octisari, S.K., dan Nugraheni, A.P. (2020) CASA, NIM, dan Profitabilitas Perbankan di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, Vol. 5. No. 1. <https://doi.org/10.29303/jaa.v5i1.90>
- Mukti, Gagah Langgeng. (2019). "Penggunaan Car Sebagai Mediasi Untuk Menganalisis Pengaruh Npl, Ldr, Dan Bopo Terhadap Profitabilitas Pada Bank Umum Konvensional Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia." Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Naeem, M., Baloch, Q. B., & Khan, A. W. (2017). Factors affecting banks' profitability in Pakistan. *International Journal of Business Studies Review*, 2(2), 33–49.
- Pinasti, W.H. dan Mustikawati, RR.I. (2018) Pengaruh CAR, BOPO, NPL, NIM dan LDR terhadap profitabilitas bank umum periode 2011-2015. *Jurnal Nominal UNY* Vol.7, No.1. <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19365>
- Pradnyawati, S.O, and Widhiastuti, N.L.P. (2020) THE effects of NIM, LDR and BOPO on balinese people's credit bank (bpr) profitability of tabanan. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*. Volume-4, Issue-11, pp-196-203
- Rahman, Z. (2017). Financial soundness evaluation of selected commercial banks in Bangladesh: An

- Application of Bankometer Model. *Journal of Finance and Marketing*, 8(2), 63–70.
- Rahmi, Y. and Sumirat, Erman. (2021) A study of the impact of alma to profitability during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Business, Economics and Law*, Vol. 24, Issue 3 (April)
- Rajan, R., & Zingales, L. (1998). Financial development and growth. *The American Economic Review*, 88, 559–586.
- Sabir, M., Muhammad Ali dan Abd. Hamid Habbe. 2012. Pengaruh rasio kesehatan bank terhadap kinerja keuangan bank umum syariah dan bank umum konvensional di Indonesia. *Jurnal Analisis*, Vol.1, No.1, hal 79 - 86.
- Sudarmawanti Erna, J. P. (2017). Analisis pengaruh CAR, NPL, BOPO, NIM dan LDR terhadap ROA (Studi Kasus pada Bank Perkreditan Rakyat di Salatiga yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan Tahun 2011-2015). *Among Makarti Vol. 10 No. 19*
- Taswan. (2010). *Manajemen Perbankan, konsep, Teknik, dan Aplikasi. Edisi Kedua.* . Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Wulandari, Nanik Sri dan Purbawangsa, IBA. 2019. Pengaruh LDR terhadap profitabilitas dengan CAR Sebagai variabel mediasi pada LPD kota Denpasar. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia.